



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO/A EN TURISMO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL  
SERVICIO DE CAMPING EN LA LAGUNA CARICOCHA, PEDRO  
MONCAYO, PICHINCHA, ECUADOR**

**AUTOR: ORTEGA GAVILIMA LISSETH KATHERINE**

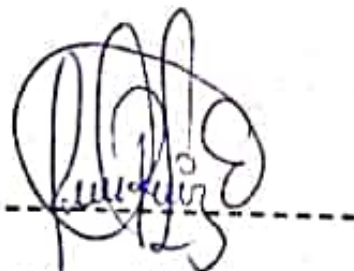
**DIRECTOR: ING. VICTORIA GEOVANNA RUÍZ ERAZO. MSc.**

**IBARRA**

**2020**

## **APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**Certifico que el Trabajo de Grado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPING EN LA LAGUNA CARICOCHA, PEDRO MONCAYO, PICHINCHA, ECUADOR", ha sido realizado en su totalidad por la señorita: Ortega Gavilima Lisseth Katherine, el portador de la cédula de identidad número: 172531079-9**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Victoria Ruiz', is written over a horizontal dashed line.

**MSc. Victoria Ruiz**

**C.I. 0401393855**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>		
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	172531079-9	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ortega Gavilima Lisseth Katherine	
<b>DIRECCIÓN:</b>	Tabacundo	
<b>EMAIL:</b>	lkortegag@utn.edu.ec	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b> 0984327130

<b>DATOS DE LA OBRA</b>		
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE CAMPING EN LA LAGUNA CARICOCHA, PEDRO MONCAYO, PICHINCHA, ECUADOR	
<b>AUTORA:</b>	Srta. Ortega Gavilima Lisseth Katherine	
<b>FECHA: DD/MM/AAA</b>	23/03/2021	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>		
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b>	<input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniería en Turismo	
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Ing. Victoria Ruíz MSc.	

## 2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autores terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 19 días del mes de abril del 2021



Firma

**Nombre: Ortega Lisseth**

**Cédula: 172531079-9**

## DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mi madre que con mucho esfuerzo y sacrificio ha sido el pilar fundamental durante este trayecto de mi vida, quien, además, con su amor incondicional me ha motivado a seguir adelante hasta en el peor momento. También se lo dedico a mis hermanos que han llenado mi vida de colores, por la alegría que han sabido transmitirme, porque por ellos hoy en día he alcanzado una de mis metas, base para seguir superándome.

*Lisseth Ortega*

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, como siempre será a mi madre porque sin ella nada de esto sería posible, a la Universidad Técnica del Norte por brindar sus instalaciones y recursos para mi desarrollo profesional, también a los docentes que han impartido su conocimiento en todo este ciclo tan importante de mi vida.

Un especial agradecimiento a la docente Nhora Benítez excelente tutora que supo guiarme ante todas mis dudas y lo hizo con la mayor predisposición en la realización del presente proyecto.

*Lisseth Ortega*

## ÍNDICE

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	i
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA .....	ii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
CAPÍTULO I .....	1
1 El Problema.....	1
1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Planteamiento del Problema .....	3
1.2.1 <i>Formulación del problema</i> .....	4
1.2.2 <i>Objeto de Estudio</i> .....	5
1.3 Descripción del Área de Estudio .....	5
1.4 Justificación.....	6
1.5 Objetivos .....	7
1.5.1 <i>General</i> .....	7
1.5.2 <i>Específicos</i> .....	7
CAPÍTULO II .....	9
2. Marco Teórico .....	9
2.1 Referencias de la Investigación .....	9
2.2 Bases Teóricas .....	11
2.2.1 <i>Turismo</i> .....	11
2.2.2 <i>Turismo Alternativo</i> .....	12
2.2.2.1 <i>Ecoturismo</i> .....	13
2.2.2.2 <i>Turismo de Aventura</i> .....	13
2.2.2.3 <i>Turismo Rural</i> .....	14
2.2.3 <i>Alojamientos al Aire Libre</i> .....	14
2.2.3.1 <i>Glamping</i> .....	15
2.2.3.2 <i>Caravanas o Remolques</i> . .....	15
2.2.3.3 <i>Bungalow</i> .....	16

2.2.3.4	Auto Caravana .....	16
2.2.3.5	Campamento Turístico.....	17
2.2.4	<i>Oferta y Demanda de Alojamiento Tipo Camping</i> .....	20
2.2.4.1	Oferta.....	20
2.2.4.1.1	<i>Oferta Nacional</i> .....	21
2.2.4.2	Demanda .....	22
2.2.5	<i>Tendencias en los Campamentos</i> .....	22
2.2.5.1	Campamentos Gastronómicos.....	23
<b>2.2.5.2</b>	<b>Campamentos de Idiomas</b> .....	<b>23</b>
2.2.5.3	Campamentos Tecnológicos.....	23
2.2.6	<i>Sistema Lacustre</i> .....	24
2.2.6.1	Servicios y actividades.....	24
2.2.7	<i>Estudio de Impacto Ambiental</i> .....	25
2.3	Fundamentación Legal.....	26
CAPÍTULO III .....		32
3.	Metodología.....	32
3.1	Tipos de investigación .....	32
3.1.1	<i>Investigación Mixta</i> .....	32
3.1.2	<i>Investigación Documental</i> .....	32
3.1.3	<i>Investigación de Campo</i> .....	32
3.2	Métodos de Investigación.....	33
3.2.1	<i>Método Cuantitativo</i> .....	33
3.2.2	<i>Método Cualitativo</i> .....	33
3.2.3	<i>Método Descriptivo</i> .....	33
3.3	Técnicas de Recolección de Datos .....	34
3.3.1	<i>Observación</i> .....	34
3.3.2	<i>Encuesta</i> .....	34
3.3.3	<i>Entrevista</i> .....	34
3.4	Instrumentos.....	35
3.4.1	<i>Fichas de Observación</i> .....	35
3.4.2	<i>Cuestionario</i> .....	35
3.4.3	<i>Entrevista Semiestructurada</i> .....	35
3.5	Población y Muestra .....	36
CAPÍTULO IV .....		37



4	Estudio de Mercado.....	37
4.1	Diagnóstico.....	37
4.2	Segmentación de Mercados.....	41
4.3	Resultados y Discusión .....	44
4.4	Análisis de la Oferta .....	54
4.4.1	<i>Proyección de la Oferta</i> .....	56
4.5	Análisis de la Demanda.....	57
4.5.1	<i>Proyección de la Demanda</i> .....	58
4.6	Demanda Insatisfecha.....	59
4.7	Demanda Objetiva Proyectada.....	60
CAPÍTULO V .....		61
5	Estudio Técnico y Organizacional .....	61
5.1	Análisis y Determinación de la Localización Óptima del Proyecto .....	61
5.1.1	<i>Macro Localización</i> .....	61
5.1.2	<i>Micro Localización</i> .....	62
5.2	Identificación y Descripción de los Procesos.....	63
5.2.1	<i>Caracterización y Diseño del Producto/Servicio</i> .....	63
5.2.2	<i>Descripción de la Prestación del Servicio</i> .....	79
5.3	Ingeniería del Proyecto.....	82
5.3.1	<i>Distribución de la Planta</i> .....	82
5.3.2	<i>Diseño Planimétrico de la Planta</i> .....	84
5.3.3	<i>Requerimientos por Áreas</i> .....	85
5.4	Inversiones y Capital de Trabajo .....	87
5.4.1	<i>Obra Civil Necesaria</i> .....	87
5.4.2	<i>Capital de Trabajo y Activos</i> .....	88
5.4.3	<i>Total de Inversión</i> .....	90
5.4.4	<i>Plan de Financiación</i> .....	91
5.5	Estructura Organizativa y Administrativa.....	91
5.5.1	<i>Misión</i> .....	92
5.5.2	<i>Visión</i> .....	92
5.5.3	<i>Políticas</i> .....	92
5.5.3.1	Política de Calidad .....	92
5.5.3.2	Política Medioambiental.....	93
5.5.3.3	Política de Seguridad y Salud.....	93

5.5.3.4	Políticas Dirigidas al Turista.....	93
5.5.3.5	Políticas de Precios.....	94
5.5.4	Valores.....	94
5.5.5	Imagen Corporativa.....	95
5.5.6	Organigrama.....	96
5.5.7	Manual de Funciones.....	97
5.5.8	Flujograma de Actividades.....	100
5.5.9	Descripción del Diagrama de Flujo.....	102
5.5.9.1	Servicio de Guianza.....	102
5.5.9.2	Servicio de Camping.....	102
5.6	Constitución Legal de la Empresa y Propiedad Intelectual.....	102
CAPÍTULO VI.....		104
6.	Plan de Comercialización y Marketing.....	104
6.1	Nombre Comercial de la Empresa.....	104
6.2	Canales de Distribución.....	104
6.2.1	Canal Directo.....	104
6.2.2	Canal Indirecto.....	105
6.3	Publicidad.....	106
6.5	Ampliación de Gama.....	114
6.6	Investigación y Análisis de las Estrategias y Métodos de Mercadeo más Apropriadadas a Utilizar.....	114
6.6.1	Marketing Digital.....	114
6.6.2	Marketing de Participación.....	115
6.6.3	Marketing de Fidelización.....	115
6.6.4	Marketing de Recomendación.....	116
6.6.5	Marketing en Páginas Oficiales del GAD Cantonal.....	116
6.6.6	Marketing Sustentable.....	116
6.6.7	Marketing a través de Influencers.....	117
6.6.8	Patrocinios.....	117
CAPÍTULO VII.....		118
7.	Estudio Ambiental.....	118
7.1	Titulo.....	118
7.2	Diagnóstico del Lugar.....	118
7.3	Objetivos.....	119

7.3.1	<i>Objetivo General</i> .....	119
7.3.2	<i>Objetivos Específicos</i> .....	119
7.4	Describir las Acciones del Emprendimiento.....	119
7.5	Determinar los Factores Ambientales a Interrelacionar en la EIA .....	123
7.6	Descripción del Método de EIA a Aplicar .....	123
7.7	Escalas o Rangos de Valoración Ambiental para la EIA .....	124
7.8	Determinación de Interrelaciones entre las Acciones y Factores Ambientales del Proyecto .....	126
7.9	Determinación de la Magnitud, Importancia, Severidad o Significancia .....	127
7.10	Jerarquización de los IA Según la Evaluación de Impactos Ambiental... ..	133
7.11	Matriz Plan de Manejo Ambiental Sobre la Base de la Jerarquización Ambiental .....	136
7.12	Conclusiones de la EIA del Proyecto o Emprendimiento Turístico ....	138
CAPÍTULO VIII .....		139
8.	Estudio Económico Financiero .....	139
8.1	Estado de Situación Inicial .....	139
8.2	Flujo de Efectivo .....	140
8.3	Proyección de Ingresos y Gastos y Cálculo de la TIR.....	143
8.4	Punto de Equilibrio .....	144
CONCLUSIONES.....		146
RECOMENDACIONES .....		148
BILIOGRAFÍA.....		149
ANEXOS .....		153
<i>Anexo A_Árbol de Problemas</i> .....		153
<i>Anexo B_Ficha Técnica de Diagnóstico</i> .....		154
<i>Anexo C_Formato de encuestas</i> .....		161
<i>Anexo D_Modelo de Entrevista</i> .....		165

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Costos de alojamiento en la Laguna Caricocha .....	25
<b>Tabla 2</b>	Esquema fundamentación legal para el servicio de camping .....	28
<b>Tabla 3</b>	Segmentación del mercado objetivo del servicio de camping .....	42
<b>Tabla 4</b>	¿Cómo se moviliza en sus viajes? .....	45
<b>Tabla 5</b>	¿Cuántas veces al año visita atractivos naturales? .....	45
<b>Tabla 6</b>	¿En compañía de quien realiza sus viajes? .....	46
<b>Tabla 7</b>	¿Cuánto tiempo permanece en un atractivo natural? .....	46
<b>Tabla 8</b>	¿En promedio cuánto gasta en su estadía en un atractivo natural?... 47	
<b>Tabla 9</b>	¿Cuántas veces al mes visita las Lagunas de Mojanda? .....	47
<b>Tabla 10</b>	¿Qué tipo de alojamiento prefiere para pernoctar en las Lagunas?...48	
<b>Tabla 11</b>	¿Durante sus viajes ha realizado la actividad de camping?.....	48
<b>Tabla 12</b>	¿Ha acampado en las Lagunas del Mojanda? En caso de ser negativa su respuesta pase a la pregunta 11 .....	48
<b>Tabla 13</b>	En caso de ser afirmativa su respuesta anterior ¿Cómo califica el servicio de camping?.....	49
<b>Tabla 14</b>	Califique el estado de las siguientes instalaciones según su percepción.....	49
<b>Tabla 15</b>	Califique el nivel de satisfacción de visitar las Lagunas de Mojanda... 50	
<b>Tabla 16</b>	¿Considera necesario que en las Lagunas de Mojanda se brinde el alquiler de implementos para realizar camping? .....	50
<b>Tabla 17</b>	En tal caso ¿Estaría dispuesto a alquilar un tipo de vivienda desmontable? Tal como una carpa o remolque .....	51
<b>Tabla 18</b>	Marqué el tipo de camping que estaría dispuesto alquilar .....	51
<b>Tabla 19</b>	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una de las tiendas de camping por una noche? .....	52
<b>Tabla 20</b>	Resumen de atractivos turísticos del Cantón Pedro Moncayo.....	56
<b>Tabla 21</b>	Resumen de atractivos turísticos que representan competencia directa al servicio de camping .....	56
<b>Tabla 22</b>	Cantidad promedio de turistas anuales de la competencia en Pedro Moncayo.....	57
<b>Tabla 23</b>	Proyección de la oferta en Pedro Moncayo .....	58
<b>Tabla 24</b>	Demanda potencial del servicio de camping en Pedro Moncayo .....	59
<b>Tabla 25</b>	Proyección de la demanda.....	60

<b>Tabla 26</b> Proyección de la demanda insatisfecha del servicio de camping de Pedro Moncayo .....	60
<b>Tabla 27</b> Proyección de la demanda objetiva del servicio de camping .....	61
<b>Tabla 28</b> Horarios de atención servicio de camping en la Laguna Caricocha..	65
<b>Tabla 29</b> Tipos de carpas para alquiler en la Laguna Caricocha .....	66
<b>Tabla 30</b> Paquete 1 Tour Lagunas del Mojanda .....	70
<b>Tabla 31</b> Itinerario del paquete 1 .....	71
<b>Tabla 32</b> Precios del paquete 1 .....	74
<b>Tabla 33</b> Precios del paquete 1 incluido transporte .....	74
<b>Tabla 34</b> Paquete 2 Luz de las estrellas .....	75
<b>Tabla 35</b> Itinerario del paquete 2 .....	76
<b>Tabla 36</b> Precio del paquete 2 .....	79
<b>Tabla 37</b> Precio del paquete 2 incluido transporte .....	79
<b>Tabla 38</b> Requerimiento por áreas de “Dark-Sky Camp” .....	87
<b>Tabla 39</b> Detalle de obra civil necesaria .....	88
<b>Tabla 40</b> Capital de trabajo para Dark-Sky Camp.....	89
<b>Tabla 41</b> Detalle de activos de “Dark-Sky Camp” .....	90
<b>Tabla 42</b> Cuentas de activos fijos .....	91
<b>Tabla 43</b> Cuentas de activos corrientes.....	92
<b>Tabla 44</b> Tabla de amortización.....	92
<b>Tabla 45</b> Manual de funciones del Gerente General.....	98
<b>Tabla 46</b> Manual de funciones de la secretaria.....	99
<b>Tabla 47</b> Manual de funciones del guía .....	100
<b>Tabla 48</b> Costos de publicidad de Dark-Sky Camp .....	114
<b>Tabla 49</b> Acciones del servicio de camping en la etapa de construcción .....	121
<b>Tabla 50</b> Acciones del servicio de camping en la etapa de operación.....	122
<b>Tabla 51</b> Factores de incidencia con el servicio de camping .....	124
<b>Tabla 52</b> Escala de evaluación para la magnitud de los impactos.....	125
<b>Tabla 53</b> Escala de evaluación para la importancia de los impactos ambientales .....	126
<b>Tabla 54</b> Escala cromática para la valoración de magnitud de los impactos ambientales del servicio de camping.....	126
<b>Tabla 55</b> Escala de valoración para la severidad de los impactos ambientales .....	126
<b>Tabla 56</b> Identificación de Impactos Ambientales con el servicio de camping	127

<b>Tabla 57</b> Evaluación de magnitud del servicio de camping .....	128
<b>Tabla 58</b> Evaluación de severidad del servicio de camping.....	130
<b>Tabla 59</b> Matriz Leopold resultados por factores .....	131
<b>Tabla 60</b> Matriz de Leopold Cromática .....	133
<b>Tabla 61</b> Jerarquización de Impactos positivos de la etapa de construcción.	134
<b>Tabla 62</b> Jerarquización de Impactos negativos de la construcción .....	135
<b>Tabla 63</b> Jerarquización de Impactos positivos en la etapa de operación .....	135
<b>Tabla 64</b> Jerarquización de Impactos negativos en la etapa de operación....	136
<b>Tabla 65</b> Medidas de mitigación para las actividades del servicio de camping de Dark-Sky Camp .....	137
<b>Tabla 66</b> Estado de situación inicial de Dark-Sky Camp.....	140
<b>Tabla 67</b> Ingreso y egresos del primer año de “Dark-Sky Camp” .....	142
<b>Tabla 68</b> Calculo de la tasa interna de retorno .....	144
<b>Tabla 69</b> Flujo de caja del servicio de camping proyectado a 5 años.....	144
<b>Tabla 70</b> Punto de equilibrio de Dark-Sky Camp .....	145

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Cálculo de muestra de turistas del Complejo Lacustre Mojanda.....	37
<b>Figura 2</b>	Mapa del Ecuador, región Sierra.....	63
<b>Figura 3</b>	Mapa de la Laguna Caricocha.....	64
<b>Figura 4</b>	Mapa de la zona para las áreas de camping.....	64
<b>Figura 5</b>	Áreas de camping de “Dark-Sky Camp” .....	86
<b>Figura 6</b>	Diseño de oficina y área de ventas .....	86
<b>Figura 7</b>	Diseño de zonas de carpas colgantes.....	86
<b>Figura 8</b>	Logotipo de “Dark-Sky Camp” .....	96
<b>Figura 9</b>	Estructura organizacional de Dark-Sky Camp.....	97
<b>Figura 10</b>	Servicio de Guianza .....	101
<b>Figura 11</b>	Servicio de camping .....	102
<b>Figura 12</b>	Canal directo de distribución del servicio de camping.....	106
<b>Figura 13</b>	Canal indirecto de distribución del servicio de camping .....	107
<b>Figura 14</b>	Página web de Dark-Sky Camp .....	108
<b>Figura 15</b>	Cuenta en Facebook de Dark-Sky Camp.....	109
<b>Figura 16</b>	Cuenta en Instagram de Dark-Sky Camp.....	109
<b>Figura 17</b>	Formato de e-mail de Dark-Sky Camp.....	110
<b>Figura 18</b>	Postales de Dark-Sky Camp .....	111
<b>Figura 19</b>	Posters de Dark-Sky Camp .....	112
<b>Figura 20</b>	Flyer de Dark-Sky Camp .....	112
<b>Figura 21</b>	Afiche de Dark-Sky Camp .....	113
<b>Figura 22</b>	Tarjeta de presentación de Dark-Sky Camp.....	113
<b>Figura 23</b>	Tríptico de Dark-Sky Camp .....	113
<b>Figura 24</b>	Representación gráfica del punto de equilibrio.....	146

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad para la implementación del servicio de camping en la Laguna Caricocha, se realizó con la finalidad de contrarrestar la baja tasa de pernoctación al aire libre, de manera, que se aprovechen los recursos del Complejo Lacustre Mojanda bajo términos de sostenibilidad. Asimismo, se pretende dinamizar el turismo en el Cantón Pedro Moncayo, además de incentivar a sus pobladores en el desarrollo de emprendimientos. En el estudio se llevó a cabo un diagnóstico de oferta y demanda, que ayudó en la determinación del tamaño del proyecto, caracterización del producto y servicio, con el fin de alquilar los implementos básicos de camping, donde el componente diferenciador son los estilos de las carpas ancladas al piso y colgantes. Además, incluye la observación de los astros en ciertas épocas del año. Luego se establecieron adecuadas estrategias de marketing y comercialización para la difusión del mismo, iniciando con la investigación de mercado mediante la aplicación de encuestas, observación y entrevistas, dirigidas a la población muestra en la que se identificó las preferencias del segmento. También, se estableció que para la operación se requiere de tres personas, gerente general, secretaria y guía. Se continúa con la evaluación de posibles impactos generados por las actividades del proyecto, mismos que determinaron la viabilidad ambiental al no causar mayores impactos negativos y la pronta recuperación del medio. El estudio financiero por su parte concluyó que para la puesta en marcha del proyecto se requiere de una inversión inicial de \$50.153,22, de los cuales el 45% representa el capital propio y el 55% restante será obtenido a través de un crédito al Banco Pichincha, capital que cubre los requerimientos de activos fijos y circulantes. De esta manera se comprueba la factibilidad financiera al alcanzar el punto de equilibrio dentro de los 3 primeros años de funcionamiento con la venta de 15.046 unidades, obteniendo así \$273.676 de ingresos.



## ABSTRACT

The present feasibility study for the implementation of the camping service in the Caricocha Lagoon, was carried out in order to balance the low rate of overnight stays outdoors. So that, the resources of the Mojanda Lacustrine Complex are used under terms of sustainability. Likewise, the intention is to stimulate the tourism in the Pedro Moncayo Canton in addition, to encourage its habitants in the development of companies. In this study, a supply and demand diagnosis were carried out, which helped in the determination of the size of the project and the characterization of the product and service, in order to rent the basic camping implements, where the differentiating component is the styles of tents anchored to the floor and hanging. It also includes the observation of the stars at certain times of the year. Then proper marketing methods were established in order to spread and initiate market research. For this, surveys, observation and interviews are applied, aimed at the sample population in which the preferences of the segment were identified. Also, it was established that the operation requires three people, a general manager, a secretary and a guide. The evaluation of possible impacts generated by the project activities continues, which determined the environmental viability by not causing major negative impacts and the prompt recovery of the environment. With the financial study, it was concluded that an initial investment of \$ 50,153.22 is required for the start-up of the project, of which 45% represents own capital and the remaining 55% will be obtained through a loan to Pichincha Bank, capital that covers the requirements of fixed and current assets. In this way, the financial feasibility is verified by reaching the breakeven point within the first 3 years of operation with the sale of 15,046 units, thus obtaining \$ 273,676 in income.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto es un estudio que tiene por objetivo conocer la factibilidad de implementación del servicio de camping en la Laguna Caricocha, Pedro Moncayo, los datos se obtuvieron de encuestas aplicadas a turistas del Complejo Lacustre Mojanda y diferentes fuentes bibliográficas enmarcadas en el tema de la actividad de camping. El estudio se encuentra estructurado en ocho capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I aborda la problemática de la investigación, además, presenta antecedentes de la actividad de camping, expone el planteamiento y formulación del problema, descripción del área de estudio, la importancia del proyecto mediante la justificación y finalmente plantea los objetivos a alcanzar en el desarrollo del presente.

Capítulo II presenta un acercamiento a la estructura teórica de la investigación, mediante la muestra de referencia de estudios realizados en torno a la actividad de camping, las bases teóricas que hacen alusión al turismo alternativo y modalidades de alojamiento al aire libre, componentes de oferta y demanda, estudio ambiental y la fundamentación legal en la que se basa la creación del proyecto.

Capítulo III constituido por la metodología utilizada, los tipos de investigación documental, de campo y mixta, métodos, técnicas e instrumentos que facilitaron la recolección de datos y el cálculo de la muestra para su aplicación.

Capítulo IV enfocado en el estudio de mercado, a partir del diagnóstico de la situación actual del turismo en el Cantón, segmentación de mercado, interpretación de resultados obtenidos a través de los instrumentos de investigación, un análisis general de oferta y demanda.

Capítulo V referente al estudio técnico, que determina la localización del proyecto, caracterización y diseño del servicio, además permite cuantificar el monto de inversión y costos operacionales referentes a la necesidad de distribución del servicio que a su vez optimiza la utilización de recursos disponibles y permite definir la estructura organizativa de la organización.

Capítulo VI plantea el plan de marketing y comercialización necesarios para la difusión de los servicios a ofertar, partiendo con el nombre comercial, canales de distribución a utilizar, el tipo de publicidad que servirá de acercamiento con el cliente, la fijación de gastos y estrategias que proporcionan un claro panorama de oportunidades y amenazas existentes en el mercado.

Capítulo VII correspondiente al estudio ambiental, explica el método utilizado en la identificación y evaluación de impactos ambientales generados por el proyecto en las etapas de construcción y operación, jerarquiza los mismos con la finalidad de establecer un plan de mitigación para los impactos negativos y potencializar los positivos.

Capítulo VIII y último se refiere al estudio financiero, el mismo que establece el estado de situación inicial, el flujo de efectivo anual con la proyección de ingresos y egresos que se prevén en el proyecto, conjuntamente con el cálculo de indicadores económicos como son el VAN (Valor Actual Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el costo de capital que permiten determinar el punto de equilibrio para la identificación de la factibilidad financiera del proyecto.

La investigación finaliza con las conclusiones y recomendaciones destinadas a trabajos similares, seguido de la bibliografía consultada y anexos.

# CAPÍTULO I

## 1 El Problema

Escasa oferta de alojamiento al aire libre en la Laguna Caricocha, cantón Pedro Moncayo, Pichincha.

### 1.1 Antecedentes

El camping es una actividad de alojamiento al aire libre, que se viene practicando hace aproximadamente 160 años, León (2004) citado por Mejía (2010) menciona que tienen sus inicios en 1861 en los Estados Unidos, el pionero en programar campamentos fue Frederick Williams director de Gunnery School, quien practicaba la acampada en épocas de vacaciones de verano en compañía de sus estudiantes.

Además, existe en los archivos de Young Men's Christian Association (Asociación Cristiana de Jóvenes) YMCA (2019), del Estado de Vermont donde indica "que ya en el verano de 1867 un grupo de jóvenes acamparon en las costas del Lago Champlain para realizar una actividad educativa" (párr.3).

En cambio, en la historia de Suramérica Rodríguez (2002) menciona que los comienzos del camping según se dan en 1903 con la aparición de la YMCA en Argentina, según la historia, inicio con Bertand Shuman, que realizó el primer campamento el 22 de febrero de 1903, en un lejano terreno del Riachuelo (Departamento de Colonia, Uruguay); quienes participaban llevaban a cabo varias actividades diurnas (Mejía, 2010).

Al adentrarse aún más en la historia, se llega a la Organización Mundial del Movimiento Scout (OMMS) que tuvo origen en 1907 en Inglaterra, es la organización juvenil más grande del mundo, se encuentra presente en más de 216 países y cuenta con aproximadamente 50 millones de miembros. El Ecuador pasó a formar parte de esta Asociación en 1922; de esta manera se pretende alentar a niños, niñas, adolescentes y jóvenes a descubrir el mundo y aprender a través del juego siempre en contacto con la naturaleza, y mediante

actividades educativas promover un desarrollo integral del ser humano (Scouts Ecuador, s.f.).

Es así, que hoy en día la actividad de camping es una forma de turismo de aventura, ya que por lo general se lleva a cabo en un entorno natural, en el país existen varias áreas destinadas a dicha actividad de ocio con el fin de incentivar un modelo de turismo sostenible que a su vez ofrece servicios complementarios que ayudan al disfrute y estancia en el lugar, en efecto así se define en el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016):

Campamento turístico. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área. (p.9)

Como muestra a nivel internacional, la granja escuela Huerto Alegre (2019) ofrece campamentos dirigidos a jóvenes de entre 13 y 16 años, en el Parque Nacional de Sierra Nevada en Granada (España), posee espacios naturales donde fomenta el ocio a través de actividades lúdicas, integradoras, que desarrollan el conocimiento y convivencia; además incentiva a los jóvenes a realizar deportes de aventura, fotografía, danza y teatro, entre otras actividades que procuran un uso adecuado del tiempo libre.

Por otro lado, en el caso de Ecuador, se encuentra el Complejo Lacustre Mojanda, considerado como atractivo turístico, que con el paso del tiempo ha incrementado el flujo de turistas y por ende ha sufrido alteraciones en el ambiente, es así, que el Equipo Técnico Municipal (2017) manifiesta que, “De acuerdo a los registros del Sistema de Vegetación y Bosques Protectores del MAE, alrededor del 4% del total del territorio de Pedro Moncayo, se encuentra bajo el régimen de conservación” (p.14).

Al ser un atractivo con posicionamiento estratégico como destino local y regional, con ingresos anuales promedio de 13.000 visitantes, posee el recurso necesario para potenciar el turismo, razón por la cual el Ministerio de Turismo del Ecuador decidió intervenir con obras de planta turística en este importante complejo lacustre, seguidamente el área de camping fue equipada por el (GADMPPM) GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo (Hurtado, 2016).

Dicha infraestructura, senderos y áreas de recreación hoy en día se encuentran en deterioro, por esta razón el presente proyecto pretende recuperar y mejorar el servicio de camping, busca a su vez que, a raíz del mismo, las entidades administrativas presten mayor atención al resto de servicios complementarios.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

El Complejo Lacustre Mojanda, ubicado entre los límites de las provincias de Imbabura y Pichincha, posee riqueza natural, paisajística y cultural, que merece ser preservada y aprovechada de manera que los habitantes aledaños resulten beneficiados; una vía para conseguirlo es a través del turismo, puesto que día a día la demanda de este sector está en crecimiento además de ser una actividad que exige ser desarrollada bajo criterios de sostenibilidad.

Para ingresar a dichas lagunas, se encuentra una vía de acceso por Tabacundo (Pedro Moncayo), que corresponde al área de estudio. El GAD Municipal de Pedro Moncayo (GADMPPM) en colaboración con el Ministerio de Turismo han tomado medidas en respuesta a la creciente demanda de turismo en el atractivo, las cuales facilitan en primera instancia el ingreso al sistema lacustre, además ha incorporado obras de planta turística que permite la pernoctación y alimentación en el área, seguidamente el GADMPPM se encargó de implementar un área de camping con instalaciones destinadas al picnic.

A pesar del incremento de ingreso de turistas, el lugar no cuenta con la adecuada y suficiente señalética, lo que implica que el turista pierda el interés

en el atractivo, por lo cual no genera dinámica económica, ni iniciativas locales, que sumada a las condiciones climáticas y la limitada gestión del recurso, ha traído como consecuencia que la infraestructura se encuentre en deterioro, a esto se suma el desprestigio de la imagen del recurso, porque a pesar de existir proyectos de mantenimiento de las instalaciones se evidencia un claro abandono producido por el cambio de autoridades que implementan nuevas actividades, dejando en el abandono los programas de sus predecesores, así lo menciona el guarda parques del complejo lacustre.

Otro problema que no se escapa de la vista es el insuficiente personal vinculado a la seguridad, se sabe que para el cuidado y vigilancia del complejo lacustre que abarca aproximadamente 6.367 hectáreas, se han designado cuatro guardias, los cuales se turnan en parejas semanalmente; lo que se traduce en mínimas condiciones de seguridad. En consecuencia, el turista permanece en el destino por un tiempo limitado debido a la inseguridad generada y por ello se visualiza una pérdida de turistas especialmente en horas de la tarde.

Además de ello, se percibe la limitada participación comunitaria, debido a que la población desconoce la riqueza que posee, lo que conlleva una desvalorización del patrimonio natural y la inapreciable generación de emprendimientos que ayuden a incrementar y mejorar la oferta turística. Los problemas han surgido a razón de las débiles capacitaciones a comunidades aledañas que trae como resultado la insatisfacción de la experiencia turística.

Entonces, en vista de la belleza paisajística del lugar es imprescindible aprovechar de ello mediante el incremento y mejora de la oferta de espacios, equipamiento y servicios complementarios que faciliten la pernoctación al aire libre en los alrededores de la Laguna Caricocha.

### **1.2.1 *Formulación del problema***

¿Cómo mejorar los servicios de camping en la Laguna Caricocha, Cantón Pedro Moncayo?

### **1.2.2 Objeto de Estudio**

Servicio de camping en la Laguna Caricocha.

### **1.3 Descripción del Área de Estudio**

El Complejo Lacustre de Mojanda según el “INAMHI (2005) toda la zona se caracteriza por tener un clima subhúmedo con pequeño déficit de agua, mesotérmico templado frío, con variaciones térmicas de 10 a 15°C y precipitaciones desde 750 hasta 1000mm.” (como se citó en Ruíz, 2015) se encuentra ubicado entre dos provincias que son Pichincha e Imbabura, esta particularidad trae como consecuencia que la administración del territorio sea compartida entre tres gobiernos municipales que son, Otavalo, Pedro Moncayo y Distrito Metropolitano de Quito (DMQ). En la zona de Mojanda se encuentran tres lagunas que son:

Caricocha o Lago Hombre, que tiene un perímetro de 7.7 Km y una superficie de 271 hectáreas; Huarmicocha o Lago Mujer, que posee un perímetro de 1.37 Km y la superficie de 11.4 hectáreas; y Yanacocha o Laguna Negra, con un perímetro de 0.37 Km y una superficie de 1.07 hectáreas. (Granada, 2018, p. 29)

En cuanto al área de estudio refiere, ésta corresponde a la jurisdicción del Municipio de Pedro Moncayo, se encuentra dentro del área de conservación de Mojanda, abarca una superficie aproximada de 6.367 hectáreas. “Cerca del 37% de la superficie está identificada dentro de la parroquia de Tocachi, el 20% en Malchinguí, La Esperanza y Tabacundo cada una con 18% y Tupigachi con el 7%” (GAD Municipal Pedro Moncayo, 2017, p. 16).

Cuenta con dos principales vías de acceso que son, una por Otavalo y la otra por Tabacundo (Pedro Moncayo). El área de estudio se encuentra administrada por el GAD Provincial de Pichincha (GADPP) y el GADMPPM, que comprende el área de conservación y uso sustentable, “El principal interés de conservación es que el sistema lacustre abastece de agua a cerca de un 60% de la ciudad de Otavalo, y a más del 80% del requerimiento urbano y rural



del Cantón Pedro Moncayo” (Ruíz, 2015, p. 16). Además, posee belleza paisajística de gran importancia para la población, con ecosistemas diversos, así lo menciona el autor anterior “Mojanda cuenta con cuatro ecosistemas: Arbustal Siempreverde Montano del Norte de los Andes, Bosque Siempreverde del Páramo, Herbazal del Páramo y Herbazal inundable del Páramo” (p. 18).

La diversidad e importancia que posee el Complejo Lacustre lo convierte en un lugar que requiere ciertas atenciones tanto por las autoridades como por la población local, por lo que el 13 de febrero del 2019 recibe su declaración de área de conservación bajo una ordenanza sancionada por el Ing. Frank Gualsaquí alcalde del GAD Municipal Pedro Moncayo (Alcaldía del GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo, 2019).

La importancia de la declaración también radica en que determinado territorio es de propiedad privada y encaminada a diversos usos, así un informe de EcoCiencia (citado por Ruíz, 2017) menciona que:

La cobertura natural, constituida por paisajes de páramo y bosques, representó el 40% de la superficie de la zona Mojanda; mientras que las zonas de uso antrópico, plantaciones forestales, cultivos y pastizales, ocuparon un 58%. Adicionalmente, el complejo lagunar se extiende sobre una superficie de 320 hectáreas. (p.19)

#### **1.4 Justificación**

El presente proyecto plantea la implementación del servicio de camping en los alrededores de la Laguna Caricocha, ubicada en el Complejo Lacustre Mojanda. El enfoque innovador que se desea llevar a cabo es el diseño de las tiendas de camping, que se adapten a las exigencias y economía de los clientes, esto dependerá de la capacidad de las tiendas y especialmente el modelo deseado; fundamental para incrementar la oferta en el área de influencia y la demanda de pernoctación en el atractivo.

Una vez analizada la situación en la que se encuentra el área de estudio se identificó la principal problemática que no ha permitido un adecuado desarrollo de actividades turísticas; se sabe que en el lugar existen áreas de camping que no han logrado gran acogida, entonces con el propósito de contrarrestar la baja tasa de pernoctaciones al aire libre lo que se propone son zonas estratégicas y además facilitar los implementos para realizar la actividad.

La propuesta se hace con el fin de desarrollar un turismo sostenible; basado en que actualmente el turista es más aventurero y no solo busca un lugar de descanso sino también se preocupa por cuidar la naturaleza. Ciertamente se refiere a la población denominada “millennials” los nacidos entre 1981 y 1999, que además según un estudio realizado por Flores (2017) enfatiza en que “el 40% de los visitantes del Complejo Mojanda se encuentra entre los 18 a 24 años de edad” (p.35).

Con ello se pretende fortalecer la economía, e incentivar a las comunidades aledañas a desarrollar emprendimientos que complementen la actividad de turismo de aventura, a más de cautivar el interés de inversión de organismos tanto públicos como privados a fin de dinamizar el desarrollo turístico en el Cantón Pedro Moncayo.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 General**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación del servicio de camping en la Laguna Caricocha, Pedro Moncayo, Pichincha, Ecuador, que contribuya al desarrollo de un turismo sostenible en el Complejo Lacustre Mojanda.

### **1.5.2 Específicos**

- Definir el estudio de mercado identificando la posibilidad de creación y su nivel de aceptación ante la demanda requerida.

- Efectuar el estudio técnico, para la definición del tamaño, localización, procesos productivos e inversiones requeridas para poner en funcionamiento el presente proyecto.
- Establecer un plan de marketing y comercialización para la difusión del servicio de camping en la Laguna Caricocha.
- Evaluar los posibles impactos socio-ambientales causados por la ejecución del proyecto, para la implementación de medidas para el manejo de los mismos.
- Examinar el aspecto económico-financiero del proyecto para la determinación del monto de inversión y su rentabilidad.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Marco Teórico**

El presente estudio parte de la investigación del servicio de camping y el análisis actual del área de estudio, lo que motiva al turista a realizar este tipo de actividad y la incidencia que tiene dentro de un mercado dirigido a un tipo aventurero. Por ello el presente proyecto se basa en la búsqueda de resultados que forman parte de la solución de la problemática planteada. Para desarrollar la investigación es necesario adquirir conocimiento de los alojamientos al aire y sus tipologías, además la influencia que posee dentro del sector turístico, que se enfoca a un grupo objetivo conformado por la población denominada “millennials”, de esta manera se establece un acercamiento a la estructura teórica de la investigación.

#### **2.1 Referencias de la Investigación**

Como sustento del presente estudio de factibilidad se muestran estudios realizados en torno a la actividad de camping turístico en el Ecuador, con el fin de visualizar la viabilidad de la presente investigación.

Como primer ejemplo se encuentra el estudio de Pinto (2014) que pretende implementar un campamento turístico en Tonsupa (Esmeraldas), en el cual afirma que, a pesar de ser un tipo de alojamiento no tradicional, este tiene un 59% de nivel de aceptación, debido a que el medio donde se pretende su creación se encuentra en condiciones climáticas y de biodiversidad agradables al público objetivo. Se entiende que las características físicas de un lugar son componentes básicos para que un proyecto que vende experiencia logre acogida entre el público objetivo.

Por otra parte, Mory (2015) afirma la viabilidad de implementar un camping turístico en Pano (Napo) que en contraste con el medio natural hacen del lugar un atractivo turístico con alto potencial. Porque, en los alrededores no existe la oferta de este tipo de alojamientos que buscan un desarrollo sostenible y especialmente es un proyecto que no requiere alto grado de

inversión. Uno de los principales componentes para la viabilidad de un proyecto es la escasa o nula oferta de emprendimientos similares, sea por presentar innovación o simplemente algo fuera de lo tradicional que muestre al cliente un medio de desarrollo sostenible.

Adicionalmente, Curillo (2015) concluye mediante encuestas realizadas a los visitantes del recinto Suncamal (Chimborazo) que el interés y aceptación en realizar la actividad de camping, proviene mayoritariamente del tipo de turista aventurero puesto que son quienes buscan contacto con el medio natural, además que el proyecto tiene un impacto ambiental positivo y hoy en día es la opción mayormente buscada por todo tipo de turistas.

En contraste a lo expuesto, se encuentra el Complejo Lacustre de Mojanda un atractivo el cual está condicionado con las principales características que facilitan el desarrollo de camping que además posee recursos naturales que posibilitan el potencial turístico. A continuación, se muestra la situación en la que se encuentra la actividad de camping dentro del Complejo Lacustre.

En el estudio realizado por Mendoza (2017) afirma que la pernoctación en campamentos dentro del Complejo Lacustre es la segunda motivación de visita al atractivo. Menciona además como el MINTUR ha apoyado con la construcción de seis cabañas, un generador de electricidad, pozo séptico, servicios higiénicos, áreas de camping y asaderos, en cambio el GADMPPM por su parte ha implementado un área de parqueadero, una zona más de camping, ampliación del pozo séptico y servicio permanente de guarda parques que facilitan la estancia.

González por su parte (2018) deduce que “La tipología del visitante a la Laguna de Mojanda es de aventurero, debido a que busca la interconexión con la naturaleza y libre ejecución de nuevas actividades ajenas a las cotidianas de la ciudad” (p. 87). Por lo que cabe destacar que este tipo de turistas son más propensos a realizar actividades al aire libre, lo que facilita el desarrollo de turismo sostenible.

Finalmente cabe recalcar que el complejo ha sido calificado como área de conservación con el objetivo de salvar y guardar los recursos del mismo, principalmente al ser la cuenca hidrográfica el abastecedor de agua potable a dos cantones que son Otavalo y Pedro Moncayo. Otro aspecto de importancia es por proteger recursos de interés para los visitantes y aquellos de los que las comunidades aledañas dependen.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Turismo**

Para conocer los conceptos básicos de camping turístico, es necesario partir de conceptos generales que determinan el punto de partida de toda actividad turística, para ello, se define al turismo como un desplazamiento realizado por una o varias personas hacia lugares diferentes de su entorno habitual que con el paso del tiempo han generado traslados en masas alrededor del mundo, permitiendo a las personas conocer diferentes culturas, costumbres, tradiciones, etc. Además, según la OMT (2006) citado por Ibáñez & Cabrera (2011):

El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (p.35)

La actividad turística se puede llevar a cabo en diferentes modalidades, que han sido clasificadas de acuerdo a la motivación del turista, es pertinente mencionar que cada una de ellas se caracteriza por el medio en donde se lleva a cabo, por las actividades que se realizan, el conocimiento y disfrute que aporta al turista y demás; entre ellas se incluye el turismo alternativo, modalidad en la que se incursiona el presente proyecto.

### **2.2.2 Turismo Alternativo**

Para entrar en contexto con el presente estudio es indispensable adentrarse en la modalidad de turismo alternativo ya que este se refiere al tipo de viaje que se lleva a cabo en un entorno natural con el fin de desarrollar actividades recreativas que permiten al turista la cercanía con la naturaleza. Se enfoca en inculcar al turista un compromiso de cuidado con el ambiente, mediante una práctica de valores de conservación, sin necesidad de un consumo excesivo de los recursos del medio al que visita. Chaviano & Aro (2008) citado por Sánchez Valdés & Vargas Martínez (2015) complementa que:

Además de ser compatible con la nueva generación de turistas, quienes se proyectan como consumidores más informados, cultos y exigentes, con vocación ecológica, en búsqueda de productos con mayor autenticidad, buscando vivir experiencias inolvidables, disfrutando de escenarios naturales, limpios y bien conservados.  
(p. 349)

A partir de esta definición, se establece una categorización de turismo alternativo basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza. Es así que se ha dividido al Turismo Alternativo en tres segmentos que buscan conservar las áreas naturales:

- Ecoturismo,
- Turismo de aventura y,
- Turismo rural.

**2.2.2.1 Ecoturismo.** Algunas de las buenas acciones que trae consigo este tipo de turismo es que promueven el uso de los recursos en forma alternativa, favorece la cultura ecológica, al mismo tiempo promueve la participación y organización social de las comunidades por lo que mejora la calidad de vida de la población, da a conocer las tradiciones, crea fuentes de trabajo en las comunidades, y especialmente son actividades rentables. Así lo sostiene Bringas & Ojeda (2000) citado por Sánchez & Vargas (2015):

El ecoturismo es más que un segmento de mercado turístico; es todo un modelo turístico basado en la naturaleza, vislumbrado como una vía de generación de ingresos para el mantenimiento tanto de áreas naturales protegidas como de comunidades en las que se lleva a cabo. (p. 350)

Es una modalidad que pretende ofertar al turista un tipo de viaje amigable con el ambiente, puesto que busca salvaguardar el entorno, además pretende un desarrollo de la comunidad en donde se lleva a cabo la visita. El ecoturismo principalmente busca desarrollar actividades turísticas en equilibrio con la naturaleza con el menor impacto posible.

**2.2.2.2 Turismo de Aventura.** Esta modalidad está pensada en la búsqueda de adrenalina y a su vez de mejorar la condición física de quien practica este tipo de turismo, también pretende disminuir estrés y cansancio de la vida cotidiana, adicional a ello provee la sensación de satisfacción por superar obstáculos.

Para Cater (2006) citado por Sánchez & Vargas (2015) “La principal motivación es el riesgo, lo cual tiene un impacto directo en el tipo de oferta y en la necesidad de desarrollar empresas que logren experiencias seguras” (p.350).

El turismo de aventura ha ido adquiriendo mayor acogida en el mercado por lo que ha sido necesaria la rápida innovación e incremento de actividades para el disfrute del turista, así lo plantea Lacosta (2002) citado por los anteriores autores, “los deportes de aventura han sido un instrumento de renovación de la oferta recreativa, e incluso, han dado origen a nuevos



espacios y prácticas especializadas” (p.351).

**2.2.2.3 Turismo Rural.** El turismo rural es un modelo alternativo sostenible más amigable con el ambiente que además acerca a las personas a convivir con una comunidad y los lleva a ser partícipes de la misma durante el tiempo que dure su estancia, y debido al medio en el que se desarrolla tiene por objeto contribuir con el desarrollo de la población local, en este sentido García (2017) expresa que “El Turismo Rural Comunitario es una herramienta eficaz para contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades locales, al ser un catalizador de inclusión y desarrollo sostenible para los destinos” (párr.4).

Esta modalidad permite al turista no solo aprender de costumbres y tradiciones, la convivencia con el quehacer diario de la comunidad visitada, sino que también busca inculcar a las personas el sentido de respeto y cuidado de la naturaleza e identidad cultural. Un beneficio más que promete el turismo rural es el beneficio económico de la comunidad.

### **2.2.3 Alojamientos al Aire Libre**

En la actualidad, el ser humano se concentra mayoritariamente en las ciudades por lo general sometidas al tráfico tanto de vehículos como de personas en todas las calles de la ciudad, rodeados con bulla de gente gritando y las bocinas de los autos, la monotonía y demás factores que logran estresar a cualquiera, es por ello que el turismo ha ido tomado auge ya que su objetivo es salir de su lugar habitual, especialmente buscan vincularse con la naturaleza puesto que brinda tranquilidad y descanso. Una manera de mantener contacto con la naturaleza es pernoctar al aire libre y percibir la paz que brinda un entorno es su estado natural, para ello existen diferentes tipos de alojamientos adecuados con servicios básicos que facilitan disfrutar del medio ambiente, estos se describen a continuación.

**2.2.3.1 Glamping.** Una de las nuevas modalidades de alojamiento al aire libre que ha tenido gran acogida es el denominado glamping debido a las comodidades que este ofrece, similares a las de un hotel cinco estrellas, pero sin necesidad de los comunes materiales de construcción, adicional a ello permite mantener un contacto con la naturaleza y especialmente causando el menor impacto posible ya que las técnicas de mantenimiento procuran ser amigables con el medio ambiente.

“Una experiencia sensorial que combine el acampar al aire libre con el lujo y las condiciones propias de los mejores hoteles, es la apuesta del glamping, una tendencia creciente dentro del mercado mundial del alojamiento” (Encalada, 2019, párr.1).

**2.2.3.2 Caravanas o Remolques.** Se refiere a un tipo de vehículo que requiere de un enganche al auto para ser transportado, usado frecuentemente para lo que no cabe en el coche. Adquiere interés para el turista debido a la facilidad de traslado y modelos mejorados y adaptados en su interior con las comodidades necesarias como dormitorio, cocina, baño para poder viajar a cualquier destino. Estrada (2016) describe:

El remolque, también conocido como acoplado o tráiler es un vehículo de carga no motorizado que consta como mínimo de chasis, ruedas, superficie de carga y, dependiendo de su peso y dimensiones, frenos propios. No se puede mover por sus propios medios, sino que es arrastrado y dirigido por otro vehículo. (párr.1)

**2.2.3.3 Bungalow.** Un bungalow es una modalidad de alojamiento que acerca al turista a la naturaleza debido a su tipo de construcción que mantiene armonía con el ecosistema, decoraciones sencillas que contrastan con el entorno, su fin es no causar contaminación visual, espacio reducido adecuado con mínimas condiciones de comodidad sin dejar de lado el confort de casa.

Puede decirse que un bungalow es una vivienda algo rústica. Es frecuente que se construya en zonas turísticas naturales, como una playa, una sierra o un bosque. Un bungalow turístico, más allá de la cantidad de camas que presente, suele contar con una cocina/comedor y un baño, además de muebles, televisor y otros aparatos o electrodomésticos. (Pérez Porto & Merino, 2015, párr.5)

**2.2.3.4 Auto Caravana.** Adquirir un auto caravana o casa rodante ha ganado auge entre la sociedad con capacidad adquisitiva, su alto costo es a consecuencia de ser un vehículo adaptado con las comodidades de una casa, en añadidura su facilidad de desplazamiento permite al cliente realizar viajes en familia o grupos de amigos a través de muchos lugares en un solo viaje. Hosteltur (2019) en su página web menciona que el turismo en auto caravana en España se encuentra en pleno auge, debido a la popularidad que ha ganado en el mercado de millennials, además:

Las ventas de estos apartamentos rodantes registraron un récord el pasado mes de junio, con más de 1.000 vehículos vendidos, la mejor cifra desde 2007. Y por segundo año consecutivo, la demanda para alquilar una auto caravana está superando la oferta existente. (párr.1)

**2.2.3.5 Campamento Turístico.** Un campamento turístico es una modalidad de alojamiento al aire libre demandada especialmente por el turista aventurero que busca salir de su zona de confort, disfrutar de la naturaleza con los servicios básicos y con lo que el medio le pueda proveer. Asimismo, su intención es crear conciencia ambiental.

La presente modalidad de alojamiento generalmente requiere pernoctar en tiendas de campaña, sin embargo, se puede ofertar otros tipos de alojamiento como los mencionados anteriormente. Incluso existen tipologías de los campamentos, que se diferencian especialmente por el objetivo que persiguen, a continuación, se detalla la clasificación de campamentos según la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED, s.f., párr.3):

- a) **Campamentos según el propósito:** son del tipo que tienen como fin realizar una actividad concreta. Dentro del cual se encuentran cinco clasificaciones:
- Campamento educativo,
  - Campamento espontaneo,
  - Campamento investigativo,
  - Campamento disfrute,
  - Campamento específico.
- b) **Campamentos según la duración:** se clasifica de acuerdo al tiempo de estancia, y además dependiendo de ello se adaptarán las instalaciones, puede ser:
- Campamento fijo,
  - Campamento volante o rodante.
- c) **Campamentos según el lugar y los servicios disponibles:** se clasifican por la cantidad de servicios disponibles en el lugar que se establece el campamento, se clasifica en los tres siguientes grupos:
- Campamento libre,
  - Campamento agreste,
  - Campamento organizado.

Al ser los campamentos turísticos el objeto de estudio, es necesario adentrarse en temas como su definición, principales características y requerimientos obligatorios para su funcionamiento legal. Para ello se consulta el Reglamento de Alojamiento Turístico establecido por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2016), que define a los campamentos turísticos como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área. (p.9)

Dentro del reglamento se menciona además la clasificación y nomenclatura de los establecimientos de alojamiento, en el que indica que los campamentos turísticos son identificados como “CT”, y en cuanto a su clasificación son de categoría única; es decir que “Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el número de estrellas” (p.3). Para su funcionamiento deberá cumplir con ciertos requerimientos de infraestructura, establecidos en reglamento del MINTUR, anexo 6 (p.32), detallados a continuación:

### **Instalaciones Generales**

- Área de estacionamiento, 60% de acuerdo a la capacidad del establecimiento,
- Área delimitada para tiendas de campaña dispuestas en módulos de 6 carpas de 2 personas cada una, con áreas de circulación de 1 metro entre tiendas y 4 metros entre módulos,
- Energía eléctrica en áreas administrativas y operativas del campamento. En caso de no existir red pública se debe garantizar la provisión con un generador de energía eléctrica o generación alternativa,

- Suministro de agua potable a disposición de los huéspedes y campistas,
- Sistema de drenaje de aguas lluvias,
- Pozos sépticos para descargas de baños,
- Sistema de recolección y disposición de desechos sólidos

### **Áreas de clientes**

- Área de recepción y administración,
- Tomacorrientes con indicación de voltaje en área de recepción,
- Servicio de atención al cliente 12 horas,
- Servicio de guardianía 24 horas,
- Registro de ingreso, salida e información de disponibilidad de servicios de los huéspedes y campistas,
- Croquis o plano de ubicación del campamento turístico, sus instalaciones y sitios de visita,
- Información sobre medidas a adoptar en caso de siniestro, indicando las vías de escape,
- Casilleros de seguridad,
- Bodega de implementos,
- Utilería de limpieza y mantenimiento

### **Área de campamento**

- Lavadero de ropa independiente dentro del área del campamento turístico,
- Área de preparación y manipulación de alimentos en función de la capacidad del establecimiento uno por modulo (fregadero, área de fogón, parrilla, mesón, entre otros),
- Basureros en las áreas de mayor actividad,
- Cuartos de baño y aseo completos en áreas comunes, dos por cada módulo identificados por género.

## Otros servicios

- Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la autoridad competente,
- Sistema de comunicación para atención de emergencias,
- Sistema de señalética interna relativa a los servicios y recintos de uso común de las instalaciones del campamento,
- En caso de contar con disponibilidad de espacio necesario para parqueo de casas rodantes, el campamento deberá tener a disposición: sistema eléctrico y sanitario ad-hoc.

Luego de analizar los tipos de campamentos y revisar los requerimientos necesarios para el funcionamiento de campamento, es conveniente visualizar un estudio de caso similar al propuesto. En el estudio de factibilidad propuesto por Rodas & Chimbo (2011) determinan a través de encuestas que el proyecto es viable, se obtuvieron resultados positivos en el que el nivel de aceptación entre la población es de un 72,5%.

Se aprecia que propuestas que integren el contacto con la naturaleza y conciencia ambiental tienen acogida no solo entre la población que se encuentra en el área de influencia sino también por parte de los turistas que buscan un lugar tranquilo en donde aprovechar su tiempo de ocio.

### **2.2.4 Oferta y Demanda de Alojamiento Tipo Camping**

**2.2.4.1 Oferta.** Analizar la oferta es de gran importancia ya que se debe tener conocimiento sobre la competencia a la que se enfrenta el presente proyecto, para lo cual, primero se debe analizar las principales características de los mismos, como son ubicación, servicios, precios, para de esta manera comprender y aprender de fallos y aciertos, ello con el fin de plantear estrategias que mejoren la calidad del servicio de camping en la Laguna de Caricocha para ganar espacio dentro del mercado competente. Para lo cual Socatelli (2015) define como oferta turística al:

Conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas.  
(p.1)

**2.2.4.1.1 Oferta Nacional.** La biodiversidad que posee el Ecuador y varias áreas protegidas, hacen del mismo el lugar ideal para apreciar belleza paisajística, para ello existen diversos establecimientos turísticos y para el caso de alojamiento al aire libre, según el Boletín de estadísticas turísticas 2011-2015 en el país se encuentran registrados 11 campamentos turísticos. (MINTUR, 2017)

Como principal competencia se encontró el servicio de alojamiento en cabañas, carpas y chozones cerca al Parque Arqueológico Cochasquí sector Malchinguí (Pichincha), que se encuentra a 17,3 kilómetros del Complejo Lacustre Mojanda. Se encuentra administrado por Nicole Cattán y para reservar el servicio de camping se lo debe hacer con 15 días de anticipación, la hora del check-in es a las 15:00 y el check-out a las 11:00.

El lugar se encuentra adecuado con facilidades para el desarrollo turístico con cabañas de madera con capacidad para 46 personas y un costo de \$40 cada una; una cabaña para restaurante, cuatro chozones para asaderos, el alquiler cuesta \$7 por tres horas, infraestructura de guardianía, bodega y el área de camping con capacidad para 156 personas con un costo de \$3 por cliente, con horarios de atención de miércoles a domingo de 8:00 a 16:30. (Gobierno Provincial de Pichincha, 2019)

Al analizar el servicio de camping en Cochasquí, se deduce que representa un alto nivel de competencia no solo por contar con infraestructura suficiente para el descanso y disfrute del turista, sino también por el hecho de encontrarse cercano al Parque Arqueológico Cochasquí lugar de asentamiento



de los Quito-Caras que cuenta con un museo y pirámides, un lugar que preserva valor histórico-cultural.

**2.2.4.2 Demanda.** Realizar el análisis de la demanda resulta crucial puesto que permite conocer la motivación que tiene el turista para realizar sus viajes, por qué los consumidores demandan cierto producto y adquiere uno específico, trata de entender bajo que influencia surgen los intereses y necesidades que motivan la demanda de consumo entre los diferentes nichos de mercado. Socatelli (2015) define como demanda:

Al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (p.1)

Para entender la demanda, es crucial mencionar que el ingreso de turistas al Complejo Lacustre es de aproximadamente 13.000 personas al año de las cuales el mercado objetivo representa el 40% que comprende una edad de 18 a 24 años. A pesar de no contar con registros que determinen la cantidad exacta de ingresos ni número de personas que pernoctan en el área se sabe por mención del guarda parques que entre cabañas y área de camping existe mayor demanda de alojamiento en carpas sea por brindar mayor contacto con el entorno o por precios asequibles.

### **2.2.5 Tendencias en los Campamentos**

Los campamentos iniciaron como una forma de pernoctar en cualquier espacio abierto con mínimas condiciones ya que al día siguiente se facilita su traslado, y con el paso del tiempo ha ido adquiriendo mayor importancia en el sentido de recreación educativa surge debido a la necesidad de aprovechar el tiempo de ocio, una manera de aprender mientras se realizan actividades recreativas al aire libre.

Actualmente con la aparición de nuevas tecnologías y el cambiante perfil del turista, se ha optado por incursionar en los campamentos de verano que realizan diversas actividades que implementan el uso de tecnología, pero desde un enfoque educativo. A continuación, se presenta las principales tendencias de campamentos.

**2.2.5.1 Campamentos Gastronómicos.** Estos campamentos están orientados a personas apasionadas por la gastronomía y sus nuevas tendencias, en ellos se introduce al cliente en actividades de cocina en compañía de chefs profesionales quienes guían los talleres prácticos, además pueden incluir visitas a famosos restaurantes en donde muestren el funcionamiento en sus cocinas. Como principal objetivo tienen el enseñar a sus clientes sobre gastronomía tradicional, principalmente de manera divertida.

**2.2.5.2 Campamentos de Idiomas.** Dedicados a mejorar las habilidades lingüísticas, ofertados en vacaciones de verano principalmente al mercado de niños y jóvenes, se desarrolla igualmente en un entorno natural en donde aprender es divertido y relajado, además incita al cliente a convivir con nuevas personas en ocasiones de otros países por lo que facilita el aprendizaje de un nuevo idioma. Así incentiva al estudiante a hablar la nueva lengua a través de la confianza, dejando el miedo un lado.

**2.2.5.3 Campamentos Tecnológicos.** Como todo campamento busca enseñar algo de una manera divertida y ya que la nueva generación creció rodeada de tecnología, se ha optado por implementar actividades en las que inculquen al estudiante el uso óptimo de las mismas. Estos campamentos requieren una previa preparación para que el resultado final sea un éxito. Se lleva a cabo actividades como la invención de aplicaciones, uso de programas para crear videos de calidad, robótica que inculca un sentido de importancia con el adecuado uso de la tecnología.

## 2.2.6 Sistema Lacustre

La zona de influencia del presente proyecto es dentro del Sistema Lacustre Mojanda, por ende, es sustancial entender su significado y sus principales características, con el objetivo de llevar a cabo una investigación eficaz. Para ello Pérez & Merino (2012) expresan “Se conoce como lacustre a todo lo que guarda relación con un lago. Puede tratarse de una cosa o persona que se encuentra o que realiza algo en un lago o a orillas de él” (párr.2).

Entonces un sistema lacustre sería el conjunto de elementos que comprenden la laguna y su entorno, es decir en este caso las tres lagunas que se encuentran dentro del Mojanda y los servicios complementarios que se encuentran del lado del Municipio de Pedro Moncayo.

**2.2.6.1 Servicios y actividades.** La entrada al Complejo Lacustre Mojanda es gratuita, el área de parqueo también, de la misma manera varias actividades como: ciclismo, motociclismo, senderismo, fotografía, uso de área de fogatas y asaderos. Pero si lo que se desea es pernoctar en el lugar ya tiene un costo, el cual se detalla a continuación:

### Tabal 1

#### *Costos de alojamiento en la Laguna Caricocha*

<b>Servicio de alojamiento</b>	<b>Incluye</b>	<b>Precio +IVA</b>
Cabaña Familiar Capacidad para 6- 8 personas	Dos camas tipo litera –Una cama matrimonial	57,30
Cabañas simples Capacidad para 4 personas	Dos camas tipo litera	13,24
Área de Camping	Por uso de suelo de la carpa	4,41

Nota. Elaborado a partir de la visita de campo

### **2.2.7 Estudio de Impacto Ambiental**

El estudio de impacto ambiental (EslA), es un método que busca preservar el medio ambiente a través del cual se realiza una identificación y evaluación de los posibles impactos a causa de las acciones que va a realizar un proyecto sobre un área determinada. Mediante el EslA se busca diseñar planes que minimicen los posibles los impactos negativos y maximizar los impactos positivos. Coria (2008) lo define así:

El Estudio de Impacto Ambiental (EslA) es un documento técnico de carácter interdisciplinar que está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones antrópicas pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. (p.126)

Para llevar a cabo un eficiente EslA, el autor citado anteriormente plantea que se deben seguir las siguientes etapas:

- Recopilación de la información
- Estudios de campo
- Desarrollo metodológico de la matriz
- Desarrollo teórico del estudio
- Recopilación y análisis de datos de base primarios y secundarios
- Análisis e implementación de matrices
- Análisis de impactos positivos y negativos
- Propuestas de mitigación de los efectos negativos
- Plan de gestión. (p.127)

Para cumplir con dichas etapas, es necesario establecer una metodología que hace uso de una matriz de impacto ambiental, la cual es un resumen de todo el estudio realizado, el mismo autor propone para el análisis causa-efecto el uso de las siguientes matrices:

- **Matriz de Leopold:** “ésta es una matriz de interacción simple para identificar los diferentes impactos ambientales potenciales de un

proyecto determinado” (p.128). En esta se utiliza dos tipos de matrices que son la de identificación de impactos y la de importancia en donde se valora de manera cualitativa cada uno de los impactos.

- **Matriz Battelle-Columbus:** también permite medir el nivel de los impactos, sin embargo, esta es la más completa “Este método tiene en consideración cuatro grandes “categorías ambientales” que incluyen diferentes “componentes ambientales”, en un total de dieciocho” (p.131). La evaluación debe arrojar resultados lo más reales posibles.

### **2.3 Fundamentación Legal**

El desarrollo del presente estudio, se sustenta bajo la normativa ecuatoriana vigente, para lo cual, según el Art.425 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) considera que:

El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos. (párr.1)

**Tabla 2***Esquema fundamentación legal para el servicio de camping*

NORMA	ARTÍCULO	APORTE
<p><b>Constitución de la República del Ecuador 2008</b></p>	<p><b>Art. 13.-</b> Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, <i>sumak kawsay</i>. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)</p> <p><b>Art. 74.-</b> Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)</p>	<p>El reconocer el derecho a vivir en un ambiente sano da paso a que quienes emprenden en el área de turismo desarrollen un turismo sostenible.</p> <p>La actividad turística dentro del Complejo Lacustre permite el desarrollo económico de los pobladores aledaños, y además da paso a la generación de pequeños emprendimientos.</p>
<p><b>Ley Orgánica de Recursos Hídricos, Usos y Aprovechamiento del Agua</b></p>	<p><b>Art. 10.-</b> Dominio hídrico público. El gobierno actual desarrolla su gestión a través de lineamientos basados en las dimensiones de la sostenibilidad: social, económico y ecológico, donde el objetivo es establecer mecanismos</p>	<p>La presente propuesta de proyecto pretende llevar a cabo un turismo sostenible, y a su vez busca proteger un recurso hídrico que</p>

---

integrales y participativos de conservación, preservación, manejo sostenible, restauración y reparación integral de la funcionalidad de las cuencas hidrográficas, con criterios de equidad social, cultural y económica; es por esto que la Micro cuenca de la Laguna de Mojanda para desarrollar cualquier actividad turística debe cumplir con las leyes y normativas vigentes en temas de conservación y uso racional de sus recursos naturales paisajísticos. (Asamblea Nacional, 2014)

**El Art. 3.** De la ley de turismo referente a los principios de la actividad turística manifiesta lo siguiente:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo

abastece de agua a dos cantones.

El desarrollo turístico puede ser impulsado tanto por iniciativa del gobierno como del área privada, con el fin de generar empleos siempre que sea bajo criterios de sostenibilidad y además con una clara inclinación al crecimiento de la población

**Ley de Turismo**

---

turístico, dentro del marco de la descentralización;

aledaña.

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

(Congreso

Nacional, 2014)

**En su Art. 4.** Enuncia los objetivos que se deben cumplir en cuanto a la política estatal:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de Nación,

c) Proteger el turista y fomentar la conciencia turística. (Congreso Nacional, 2014)

IncurSIONAR en la actividad turística requiere un uso racional del recurso, una opción es a través del turismo alternativo que busca que el turista se sienta parte del medio natural.



---

<p><b>Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)</b></p>	<p><b>Art.- 54.</b> Funciones. – Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:</p> <p>g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo; (Presidencia de la República del Ecuador, 2010)</p>	<p>El gobierno provincial y municipal ha implementado infraestructura que facilita la implementación del servicio de camping.</p>
<p><b>Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador PLANDETUR 2020</b></p>	<p>1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.</p> <p>2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y</p>	<p>Coordinar esfuerzos público-privadas a fin de generar alianzas para promover un turismo sostenible en el cantón, lo cual ayuda a satisfacer la demanda y mejora la calidad de vida de la población.</p>

---

---

**Ordenanza 022-2019**  
**Pedro Moncayo GAD**  
**Municipal**

bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada. (PLANDETUR 2020, 2007)

**Art.3** Crease el Área de Conservación y Uso Sustentable Municipal (ACUS) “Mojanda” en el sector denominado “Zona Lacustre Mojanda”, ubicada en las parroquias: Tabacundo, Tupigachi, Malchinguí, La Esperanza y Tocachi, cantón Pedro Moncayo en la jurisdicción de la provincia de Pichincha. (Alcaldía del GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo, 2019)

Al ser un área de conservación se logra mantener al atractivo en su estado natural, lo que permite el desarrollo de ecoturismo.

---

## CAPÍTULO III

### 3. Metodología

#### 3.1 Tipos de investigación

##### 3.1.1 *Investigación Mixta*

La investigación mixta utiliza los métodos cualitativo y cuantitativo por lo que se obtiene datos más certeros y satisfactorios. Se minimiza el margen de error, dentro de esta se pueden utilizar varios métodos e instrumentos que facilitan la investigación. Hernández, Fernández & Baptista, (2014) dicen que la investigación mixta, “implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (p.532).

##### 3.1.2 *Investigación Documental*

Se entiende que la investigación documental es parte esencial para el estudio ya que permite a través del análisis e interpretación de libros, tesis con estudios similares al presente, artículos que guíen la investigación, y demás documentos adquirir una base para el desarrollo del presente estudio. Así, Baena (2017) señala que “El primer paso del investigador debe ser el acopio de noticias sobre libros, expedientes, informes de laboratorio o trabajos de campo publicados en relación con el tema por estudiar” (p.69).

##### 3.1.3 *Investigación de Campo*

La investigación de campo permite obtener datos más reales, puesto que la información es obtenida directamente de la realidad del objeto de estudio y el área de influencia del proyecto. “Las técnicas específicas de la investigación de campo, tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio” (Baena Paz, 2017, p.70)

## **3.2 Métodos de Investigación**

### **3.2.1 Método Cuantitativo**

El método cuantitativo involucra un conjunto de estrategias para la obtención y análisis de datos, trata de cuantificar principalmente estadísticas, a fin de obtener resultados medibles. “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández Sampieri, et al., 2014, p.4).

### **3.2.2 Método Cualitativo**

Se refiere a métodos que principalmente emplean técnicas que recolectan información más completa sobre el objeto de estudio, aquí la población participa activamente para luego realizar la interpretación de los comentarios sobre lo que la gente piensa o cree. La importancia radica en aspectos ideológicos, así los autores citados anteriormente (2014), agregan que “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7).

A través del presente método se pretende obtener información directa de la población que se encuentra dentro del área de influencia del proyecto, a fin de proyectar y describir datos de fuentes directas.

### **3.2.3 Método Descriptivo**

Este método tiene como fin describir principales características del objeto de estudio, por ejemplo, a través de la aplicación de encuestas se obtiene datos estadísticos que facilitan redactar el análisis situacional de oferta y demanda. Según Lerma (2019) se puede “Describir el contexto en el cual se presenta cierto fenómeno. Se ubica el lugar donde se da el fenómeno y luego se señalan las principales características económicas, demográficas, sociales, entre otras, del contexto” (p.44).

### **3.3 Técnicas de Recolección de Datos**

Las técnicas permiten responder el cómo se va a realizar la investigación, reconoce la dirección que toman los métodos planteados, encamina el proceso que ayudara a cumplir con los objetivos planteados. Asimismo, aporta los instrumentos necesarios para recolectar información que ayude con la investigación. Seguidamente, se establece las técnicas a utilizar en el presente proyecto.

#### **3.3.1 Observación**

La observación permite un acercamiento directo con el objeto de estudio dentro del área del Complejo Lacustre Mojanda, a fin de medir características necesarias para el desarrollo del estudio, se considera llevar apuntes de lo observado puesto que este método se basa en la subjetividad. “No es mera contemplación (sentarse a ver el mundo y tomar notas); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (Hernández, et al., 2014, p.403).

#### **3.3.2 Encuesta**

La encuesta es un “Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (Hernández Sampieri, et al., 2014, p.217). Técnica destinada a obtener datos de varias personas, en este caso está dirigida a los turistas del Complejo Lacustre que se encuentren en el atractivo en el tiempo que dure la investigación. Las opiniones impersonales que presenten son de interés para el desarrollo de la investigación a fin de obtener resultados medibles.

#### **3.3.3 Entrevista**

Las entrevistas serán aplicadas al personal que trabaja en el Municipio como la directora de turismo, director de medio ambiente, que es el encargado

del manejo del Sistema Lacustre Mojanda, además a guarda parques de turno en el tiempo que se desarrolle la investigación. La entrevista plantea Lerma (2019) se lleva a cabo de la siguiente manera:

En ella necesariamente hay interacción entre la persona que recolecta la investigación y el entrevistado, ya sea personal o telefónicamente. El entrevistador anota la respuesta y recibe información adicional al observar las reacciones y los gestos del investigado sobre los estímulos y preguntas. (p.81)

### **3.4 Instrumentos**

#### **3.4.1 *Fichas de Observación***

Se puede considerar llevar una ficha de observación en la que se establece previamente lo que se va a observar y sus principales características, también como material de apoyo se puede utilizar una libreta para realizar notas de campo en el que se registra datos observados en el área de influencia del proyecto.

#### **3.4.2 *Cuestionario***

Se formula un banco de preguntas que provean información de interés para el desarrollo de la investigación, una vez establecida la muestra se procede a entregar el cuestionario a los encuestados, a fin de que ellos mismos las contesten por escrito. Este instrumento es impersonal debido a que este no requiere nombre ni ninguna otra identificación del encuestado pues son datos irrelevantes.

#### **3.4.3 *Entrevista Semiestructurada***

La entrevista requiere interacción con el entrevistado, para ello se elabora previamente un formulario de preguntas abiertas para la obtención de información más amplia; este método resulta ser flexible por el hecho de que

mientras se desarrolla la entrevista se pueden reformular nuevas preguntas en búsqueda de mayor información.

### 3.5 Población y Muestra

La importancia de determinar la población muestra radica en que el proceso de investigación requiere recopilar, registrar y analizar datos que se obtienen a partir de las diferentes técnicas e instrumentos de investigación previamente establecidos, y es al tamaño de muestra calculado a quienes se aplica las encuestas que posteriormente arrojarán estadísticas que determinen la viabilidad del proyecto. Para el cálculo de la muestra se plantea un 95% de nivel de confiabilidad y un 5% de margen de error.

Una vez establecidos los parámetros para el cálculo de muestra, se requiere la población total; se sabe que al Complejo Lacustre Mojanda ingresan alrededor de 13.000 turistas por año, sin embargo, es necesario conocer el ingreso mensual del mes de marzo de años anteriores puesto que es el tiempo en el cual se han de aplicar las encuestas. Basándose en los registros diarios de dicho mes en el año 2019 se obtiene que el Complejo tuvo un ingreso de 1.045 turistas.

Debido a la existencia de calculadoras de muestra en línea, se procede a ingresar los datos en [http://www.corporacionaem.com/tools/calc\\_muestras.php](http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php) y como resultado se obtiene que 282 sería la muestra a la cual realizar el estudio.

#### Figura 1

*Cálculo de muestra de turistas del Complejo Lacustre Mojanda*

→ ↻ 🏠 No seguro | [www.corporacionaem.com/tools/calc\\_muestras.php](http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php)

**aeñ**  
asesoria económica & marketing S.C.  
Asesoría Económica & Marketing  
Copyright 2009

### Calculadora de Muestras

Margen de error: 10%  
Nivel de confianza: 99%  
Tamaño de Poblacion: 1045  
Calcular

**Margen: 5%**  
**Nivel de confianza: 95%**  
**Poblacion: 1045**

**Tamaño de muestra: 282**

Fuente: corporacionaem

## CAPÍTULO IV

### 4 Estudio de Mercado

El estudio de mercado se realiza mediante un proceso de recopilación y análisis de datos relevantes sobre el cantón y la Laguna Caricocha que se encuentra dentro del Complejo Lacustre Mojanda, a fin de establecer un diagnóstico general de lugar, también para determinar la oferta y demanda existente, perfil del consumidor y poder adquisitivo, esto ayudara en la toma de decisiones y a plantear estrategias de marketing que se deben desarrollar.

#### 4.1 Diagnóstico

Pedro Moncayo fue declarado cantón el 26 de noviembre de 1911, pertenece a la provincia de Pichincha se encuentra a una altura de 1730msnm, posee un clima tropical — húmedo con variaciones térmicas de 13,7°C a 25,6°C y precipitaciones desde 400-1300msnm. Cuenta con atractivos de interés como lo es el Complejo Lacustre Mojanda en donde se pretende implementar el proyecto de servicio de camping, el mismo que se encuentra ubicado entre las provincias de Pichincha e Imbabura, allí se encuentran 3 lagunas que son: Caricocha o Lago Hombre, Huarmicocha o Lago Mujer y Yanacocha o Laguna Negra. “Toda la zona se caracteriza por tener un clima subhúmedo con pequeño déficit de agua, mesotérmico templado frío, con variaciones térmicas de 10 a 15°C y precipitaciones desde 750 hasta 1000mm” (Gobierno de Pichincha, 2017, p.16).

La información correspondiente al Cantón Pedro Moncayo ha sido obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial elaborado por el Equipo Técnico Municipal (2018), y demás fuentes bibliográficas, misma que ha sido documentada en la ficha de diagnóstico elaborada por el Ministerio de Turismo (ver Anexo A). Consta con datos tales como que la extensión del Cantón es de 333km y limita al norte con el Cantón Otavalo (Provincia de Imbabura), al sur con el Distrito Metropolitano de Quito y Cantón Cayambe, al este con el Cantón Cayambe y al oeste con el Distrito Metropolitano de Quito,



su población total es de 39.604 personas, de los cuales el 49% (19.406) son hombres y el 51% (20.198) son mujeres, con el predominio de una población mestiza y además el nivel de educación promedio es la primaria.

El cantón cuenta con cinco parroquias, una urbana que es la cabecera cantonal Tabacundo y cuatro rurales Malchinguí, Tocachi, La Esperanza, Tupigachi con sus respectivos barrios y comunidades. Se evidencia asentamiento poblacional en todos ellos, sin embargo, la mayoría de la población se halla en Tabacundo debido a la concentración de plazas de empleo en la zona.

El acceso al cantón se realiza vía terrestre por medio de calles asfaltadas en buen estado de conservación, una desde Quito que se encuentra a 61,1km que en tiempo representa 1 hora 26 minutos, otro acceso desde Ibarra hallándose a 53,8km es decir a 55 minutos por la vía panamericana norte y además se puede acceder por Cayambe que se encuentra a tan solo 7,8km es decir 11 minutos, el traslado se puede realizar mediante el transporte público. Al ser una ciudad pequeña y sin conexión al mar no posee ni vías de acceso aéreas ni acuáticas.

En cuanto a cobertura de servicios básicos en el cantón, prácticamente cubre la totalidad del servicio de energía eléctrica, de la misma manera con el agua potable, la recolección de desechos, y cobertura de telefonía móvil; por otro lado, el servicio es deficiente en cuanto a la red de alcantarillado, manejo de desechos y un mínimo porcentaje de la población posee telefonía fija y de la misma manera sucede con el acceso a internet.

En el ámbito de infraestructura, equipamientos generales y seguridad menciona la existencia de tres cooperativas de transporte público que conecta a las 5 parroquias y al vecino cantón Cayambe. Los tramos entre cantones son realizados cada cinco minutos mientras que hacia las comunidades suceden en pocos horarios del día, además se encuentran ocho cooperativas de taxis, y debido a que es un cantón de paso que conecta las ciudades de Quito e Ibarra se aprecia en el transcurso la existencia de alrededor de 20 gasolineras. Se evidencian además 7 oficinas bancarias y 6 cajeros automáticos ubicados

principalmente en la cabecera cantonal Tabacundo. Los hospitales, centros de salud y farmacias por su parte se hallan 5 de cada uno, 45 centros educativos que ofertan niveles de educación hasta bachillerato, una estación de bomberos, tres departamentos de defensa civil, dos juzgados, 16 centros deportivos especialmente de fútbol, 21 áreas recreativas y tan solo dos centros culturales.

Pedro Moncayo poco o nada se dedica al sector de servicios, es por ello que se aprecia la inexistencia de Agencias de Viajes y demás establecimientos turísticos. La población mayormente se dedica al sector primario y no todos los establecimientos de alimentación y bebidas están legalmente constituidos, debido a ello la información turística es escasa. Los principales atractivos naturales que posee el cantón son: el Bosque protector Jerusalén, Lagunas del Mojanda, Mirador el Campanario y Molino el Cucho; y como atractivos culturales se hallan: el Parque arqueológico Cochasquí, Camellones de Sisapamba, Ruinas Hacienda La Tola y Capac Ñan. Siendo los más representativos el Parque arqueológico Cochasquí, Bosque Protector Jerusalén y Lagunas del Mojanda.

El análisis de las facilidades turísticas se enfoca a la Laguna Caricocha por ser el área de influencia del proyecto, se sabe que el ingreso se realiza mediante una vía de tierra en buen estado, además cuenta con señalización desde la parroquia Tabacundo, en cuanto a la señalética solo se encuentra en las áreas de camping. El destino cuenta con servicios higiénicos y como servicio complementario con tan solo una cafetería, posee un sendero corto en buen estado, tiene un muelle para contemplar la laguna, sin embargo, se encuentra en deterioro y en un espacio reducido que no da cabida a la cantidad de turistas que arriban al destino.

El cantón oferta turismo cultural dentro del Parque Arqueológico Cochasquí poseedor de riqueza histórica de la antigua civilización Quitu Cara además los meses de marzo convoca a la celebración del Mushuc Nina. En cuanto a turismo religioso dispone del Santuario Virgen de Natividad que realiza celebraciones y peregrinaciones en agosto y noviembre. Son pocos los espacios dedicados al turismo, por ello, no se cuenta con datos como

beneficiarios e ingresos económicos por esta actividad, tampoco ha recibido reconocimientos a no ser la marca de capital mundial de la rosa.

A pesar de tal déficit se ha logrado establecer tres proyectos turísticos enfocados al ámbito socio — cultural destinado a todo el territorio, uno de ellos llamado Cultura viva del Cantón Pedro Moncayo que busca Fortalecer, preservar, valorar, fomentar, resaltar la diversidad cultural del cantón y democratizar su acceso y difusión como un derecho de la ciudadanía a cargo de la Dirección de Cultura GAD-MPM que prevé un costo de \$1 900 000. El otro proyecto denominado Desarrollo de la interculturalidad que busca desarrollar mecanismos de coordinación y trabajo conjunto con el INPC así como con actores culturales del cantón a cargo de la Dirección de Cultura GAD-MPM con un presupuesto de \$400 000. Finalmente, el proyecto Pedro Moncayo: Jardín del Buen Vivir que pretende Desarrollar la industria turística como alternativa para el cambio de la matriz productiva en el territorio a cargo de la Dirección de desarrollo comunitario con un presupuesto de \$184 565,95. Además ha venido implementando servicios necesarios que faciliten y mejoren la vida de los pobladores, sin embargo, aún existen necesidades tales como:

- Insuficientes estrategias de conservación ambiental,
- Falta de conciencia en la población para el adecuado manejo de desechos,
- Mal estado de vías de acceso a principales destinos turísticos,
- Insuficiente señalética que impide el adecuado disfrute de la visita al atractivo,
- Escasas facilidades turísticas en los destinos de interés,
- Deficiente capacitación en materia turística a la población interesada en desarrollarse en el área de servicios.

## 4.2 Segmentación de Mercados

**Tabla 3**

*Segmentación del mercado objetivo del servicio de camping*

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
Producto turístico: Servicio de camping en la Laguna Caricocha			
<b>Segmentación Geográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>País:</b>	Ecuador	282	100%
<b>Región:</b>	Sierra	265	93,9%
<b>Provincia:</b>	Pichincha	187	66,3%
<b>Ciudad:</b>	Quito	151	53,5%
<b>1er Resultado:</b> 151 personas de la ciudad de Quito			
<b>Segmentación Demográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Género:</b>	Femenino	153	54,3%
<b>Edad:</b>	15 – 35	189	67%
<b>Estado civil:</b>	Solteros	155	54,9%
<b>Ocupación:</b>	Empleado privado y estudiantes	199	70,6%
<b>Ingresos:</b>	<=600	182	64,5%
<b>2do Resultado:</b> 153 mujeres que viven en la ciudad de Quito, de 15 a 35 años, solteras, que son estudiantes y empleados privados, y ganan menos de \$600.			
<b>Segmentación Psicográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Medio	182	64,5%
<b>3er Resultado:</b> 153 mujeres que viven en la ciudad de Quito, de 15 a 35 años, solteras, que son estudiantes y empleados privados, ganan menos de \$600 y pertenecen a un nivel socioeconómico medio.			
<b>Segmentación Conductual</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Actitud hacia el</b>	Aceptación	275	97,5%

---

**producto**

---

**Mercado meta:** 153 mujeres que viven en la ciudad de Quito, de 15 a 35 años, solteras, que son estudiantes y empleados privados, ganan menos de \$600, pertenecen a un nivel socioeconómico medio y además 275 personas muestran aceptación a la prestación del servicio de camping.

---

Nota. Datos obtenidos a partir de la aplicación de las encuestas

Para realizar la segmentación de mercado se utiliza como base los resultados de las encuestas, así mediante la segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual se obtiene, que el turista que visita la Laguna Caricocha en su mayoría son de género femenino de entre 16 y 35 años, solteras que viajan principalmente en grupos familiares provenientes de la ciudad de Quito. Entre ellas se encuentran estudiantes y empleadas privadas con un ingreso menor o igual a \$600 que las posiciona en un nivel socioeconómico medio, además el 97,5% de la población acepta la propuesta del servicio de camping.

Entonces, según la temática del proyecto y el perfil establecido, se pretende captar al mercado tanto nacional como internacional, enfocándose en la ciudad de Quito, primero por ser una de las ciudades más pobladas del país que se encuentra cercana al atractivo, segundo por ser gran receptor de turistas internacionales, y “considerando que Quito es sitio de visita para todos los habitantes del Ecuador, la mayor parte proviene de la región Sierra” (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2020).

La empresa ya citada además menciona que el turista nacional realiza sus visitas de manera indistinta a la época del año, el principal motivo de sus viajes es el turismo cultural, con estancias cortas que van de 1 a 3 días, apreciándose un gasto promedio de \$60 dólares por día, los cuales son distribuidos hacia actividades de alojamiento, alimentación y recreación.

El mercurio (2019) indica que “la mayor cantidad de visitantes de otras nacionalidades que llegaron a Quito el año pasado fueron estadounidenses”

(párr.7). El perfil del turista estadounidense determinado por el MINTUR (2018) señala que en su mayoría son de género masculino, con una edad promedio de 37 años, sus principales motivos de visita son por turismo cultural y ecoturismo, tiene una estadía promedio de 10 noches y un gasto de \$1,489.4 por persona.

Otro mercado con gran demanda de la ciudad Quito es el procedente de Francia, que según el Ministerio de Turismo (2019), comprenden edades entre los 20 y 29 años, atraídos por el turismo cultural y de aventura. Planifican sus viajes por cuenta propia con 5 meses de anticipación, la adquisición de paquetes turísticos lo hacen mediante agencias de viajes y en su mayoría viajan acompañados por familiares, con un promedio de 13 noches de estancia en destinos como: ciudades patrimoniales, turismo comunitario y diversas actividades de aventura.

“La mayoría utiliza internet como medio principal de información para planificar sus viajes” (Enríquez, 2019, p.2). Sus búsquedas son dirigidas principalmente a las páginas de Trip advisor y despegar.com, no obstante, buscan información en páginas oficiales del Ecuador como: Ministerio de Turismo y Ecuador travel, en cuanto a redes sociales la más usada es Facebook.

Se apunta entonces al turista nacional e internacional proveniente de Estados Unidos y Francia, joven-adulto perteneciente a un grupo etario de 20 a 40 años, sin tendencia de género, en su mayoría solteros, correspondiente a la población económicamente activa con ingresos menores o iguales a \$600. Principalmente son el tipo de turista aventurero cuya principal motivación de viaje es la cercanía con la naturaleza y realiza actividades que representen esfuerzo físico, que usa la red social Facebook como principal fuente de información.

### 4.3 Resultados y Discusión

En esta sección se plasma el análisis de los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a los turistas de la Laguna Caricocha y a las entrevistas realizadas a ciertas autoridades del cantón.

**Tabla 4**

¿Cómo se moviliza en sus viajes?

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Transporte particular	189	67%
Transporte público	93	33%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Nota. Fa: frecuencia absoluta; Fr: frecuencia relativa

En base a las encuestas realizadas a los turistas de la Laguna Caricocha, se obtiene que la mayoría de ellos dispone de un vehículo para movilizarse en sus viajes. Ello hace más fácil su traslado hacia la Laguna y así reduce sus costos de transporte y posibilita un mayor consumo en los destinos a visitar.

**Tabla 5**

¿Cuántas veces al año visita atractivos naturales?

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Una o dos veces al mes	89	31,6%
Cada tres meses	96	34%
Cada seis meses	97	34,4%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

En cuanto a preferencias de visita a atractivos naturales, se encuentra similitud en la frecuencia de entre cada tres y seis meses, es decir que las visitas a sitios naturales son poco frecuentes y no por muy debajo de los índices se aprecia que la tercera parte de los encuestados visitan sitios

naturales de una a dos veces al mes. Las visitas se dan con una frecuencia similar dependiendo del lugar de origen.

**Tabla 6**

*¿En compañía de quien realiza sus viajes?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Familiares	203	72%
Amigos	76	27%
Solo	3	1%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

La mayoría de turistas encuestados dicen realizar sus viajes en compañía de familiares, por lo que se supone cada ingreso está compuesto como mínimo por tres personas. Los arribos se originan principalmente por personas que visitan a familiares que habitan en los cantones vecinos al atractivo.

**Tabla 7**

*¿Cuánto tiempo permanece en un atractivo natural?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Menos de 1 hora	31	11%
De 1 a 3 horas	120	42,6%
De 3 a 5 horas	63	22,1%
Más de 5 horas	37	13,1%
Pernocta	31	11%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Los turistas mencionan que el tiempo de estancia en sus visitas a atractivos naturales suelen durar de una a tres horas, y el segmento de interés



para el proyecto representa un mínimo porcentaje. El poco interés por pernoctar en el lugar posiblemente se deba a la escasa oferta de servicios complementarios.

**Tabla 8**

*¿En promedio cuánto gasta en su estadía en un atractivo natural?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Menos de \$10	71	25,2%
De \$10 a \$30	142	50,4%
Más de \$30	69	24,5%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Se aprecia que quienes visitan un atractivo natural tienen un gasto de entre \$10 a \$30, mismo que se encuentra en el rango de los precios del servicio de camping. Este monto se refiere a gastos en otros atractivos, consumo distribuido principalmente en alimentación, la compra de artesanías y actividades recreativas.

**Tabla 9**

*¿Cuántas veces al mes visita las Lagunas de Mojanda?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Una a dos veces	86	30,5%
Cada tres meses	17	6,03%
Cada seis meses	28	9,9%
Primera vez	151	53,5%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Se visualiza que la mayoría de los encuestados dice visitar el lugar por primera vez, sea motivado por parientes que viven en los alrededores o recomendaciones de conocidos. Muchos de los turistas no regresan por la escasa oferta de servicios recreativos en el atractivo.

**Tabla 10**

*¿Qué tipo de alojamiento prefiere para pernoctar en las Lagunas?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Cabañas	134	47,5%
Tiendas de camping	137	48,6%
Otros	11	3,9%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

En cuanto a preferencias de alojamiento en las Lagunas los turistas debaten entre cabañas y tiendas de camping, teniendo este último un poco más de acogida. Estas preferencias se deben a que muchos relacionan a la actividad de camping con incomodidad y soportar las condiciones climáticas de la intemperie sin importar cuales sean.

**Tabla 11**

*¿Durante sus viajes ha realizado la actividad de camping?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Si	132	46,8%
No	150	53,2%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Los turistas encuestados en su mayoría dicen no haber realizado la actividad de camping. No obstante, en un porcentaje poco diferenciado mencionan haber acampado en alguno de sus viajes. Un porcentaje considerable es del tipo turista aventurero dispuesto a pernoctar al aire libre.

**Tabla 12**

*¿Ha acampado en las Lagunas del Mojanda? En caso de ser negativa su respuesta pase a la pregunta 11*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Si	80	28,4%
No	202	71,6%

<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

Se puede apreciar que prácticamente en su totalidad los turistas no han acampado en las Lagunas del Mojanda. Debido a que muchos de ellos la visitan por primera vez o no se han visto motivados a pernoctar en el lugar.

**Tabla 13**

*En caso de ser afirmativa su respuesta anterior ¿Cómo califica el servicio de camping?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Excelente	27	32,3%
Bueno	40	47,3%
Regular	9	12,9%
Malo	4	7,5%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

El bajo porcentaje que menciona haber acampado en el lugar, califican su estancia como buena lo que se traduce en la no satisfacción plena. Como principal razón de ello se supone la falta de servicios complementarios.

**Tabla 14**

*Califique el estado de las siguientes instalaciones según su percepción.*

	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Total</b>
Senderos	90	152	38	2	282
Señalética	64	130	70	18	282
Cafetería	67	149	44	22	282
Área de fogatas	81	157	36	8	282
Área de asados	88	151	39	4	282
Cabañas	68	148	59	7	282
Baño	72	118	66	26	282
Muelle	66	123	87	6	282
<b>Fa</b>	<b>596</b>	<b>1128</b>	<b>439</b>	<b>93</b>	<b>2256</b>
<b>Fr (%)</b>	<b>26,42%</b>	<b>50%</b>	<b>19,46%</b>	<b>4,12%</b>	<b>100%</b>

Se aprecia las instalaciones construidas en el área de la Laguna Caricocha, los turistas han calificado cada una de ellas y consideran que la infraestructura en general es buena y satisface las necesidades mínimas. En porcentajes no muy diferenciados califican las instalaciones entre excelentes y regulares. Todos tienen apreciaciones diferentes del atractivo debido a visitas y servicios recibidos en demás destinos recorridos.

**Tabla 15**

*Califique el nivel de satisfacción de visitar las Lagunas de Mojanda*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Excelente	128	45,4%
Bueno	131	46,5%
Regular	18	6,4%
Malo	5	1,8%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

En las encuestas aplicadas, los turistas califican la visita a las Lagunas entre buena y excelente. Existe un importante nivel de satisfacción debido a las diferentes características paisajísticas y climatológicas del lugar, a más de prestar servicios básicos para la satisfacción del turista.

**Tabla 16**

*¿Considera necesario que en las Lagunas de Mojanda se brinde el alquiler de implementos para realizar camping?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Si	263	93,3%
No	19	6,7%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Un alto nivel de encuestados considera necesario implementar el alquiler de implementos de camping en las lagunas sea por la facilidad a brindar o por el contacto con la naturaleza que conlleva esta modalidad de alojamiento al aire libre.

**Tabla 17**

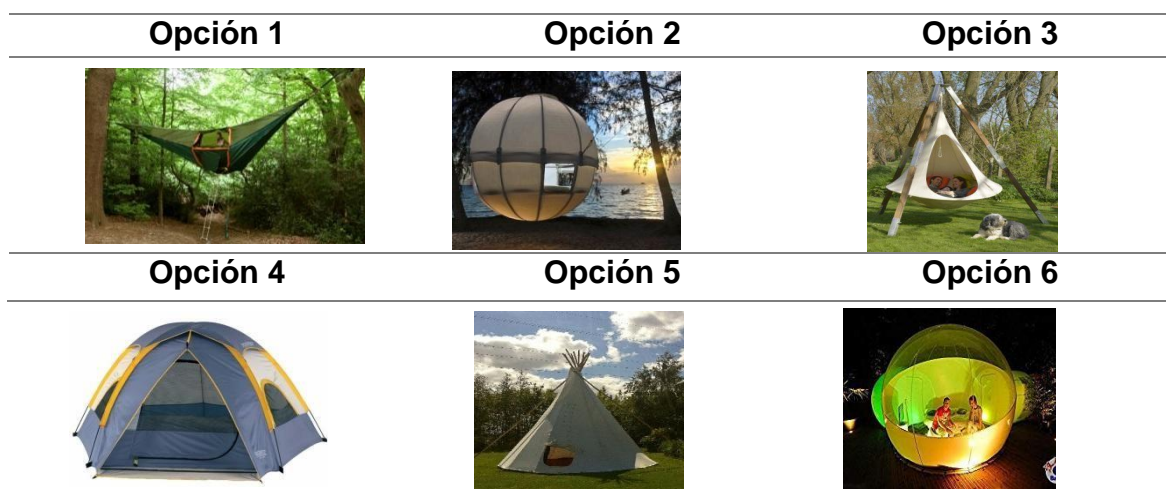
*En tal caso ¿Estaría dispuesto a alquilar un tipo de vivienda desmontable? Tal como una carpa o remolque.*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
Si	275	97,5%
No	7	2,5%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

En la aplicación de las encuestas, la mayoría de turistas afirma estar dispuestos a alquilar una vivienda desmontable. Debido a los precios asequibles, la comodidad de no tener que transportar todo un equipo de camping y principalmente para apreciar y convivir con la naturaleza.

**Tabla 18**

*Marqué el tipo de camping que estaría dispuesto alquilar*



	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<i>Opción 1</i>	31	11%
<i>Opción 2</i>	78	27,7%
<i>Opción 3</i>	35	12,4%
<i>Opción 4</i>	73	25,9%
<i>Opción 5</i>	27	9,6%
<i>Opción 6</i>	38	13,5%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Se presentó a los turistas una serie de imágenes de los posibles tipos de carpas a alquilarse, se muestran mayormente interesados en la opción de una tienda colgante en tipo de esfera y en el típico modelo de carpa americana anclada al suelo. Se ven atraídos por un modelo que va más allá de los estilos comunes, sea la expectativa en su diseño interior y exterior o por ser de tipo colgante; sin embargo, el modelo tradicional está presente en sus preferencias ya que es un estilo del que se tiene más conocimiento y por ende seguridad.

**Tabla 19**

*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una de las tiendas de camping por una noche?*

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
De 10 a \$19	144	51,1%
De 20 a \$29	91	32,3%
De 30 a \$49	32	11,3%
De 50 a \$59	4	1,4%
Más de \$60	11	3,9%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

Los resultados de las encuestas muestran que los turistas están dispuestos a pagar de entre 10 a 19 dólares por el alquiler de los implementos de camping y no por muy debajo se encuentra el segmento dispuesto a pagar de 20 a 29 dólares. Precios que se encuentran tanto dentro del rango de gastos que el turista realiza en sus viajes, como en promedio el valor de alquiler de las diferentes tiendas de camping.

Las presentes encuestas arrojan datos que determinan el nivel de aceptación por el servicio de camping, en su mayoría les gustaría pernoctar al aire libre ya que permite una mejor conexión con la naturaleza y especialmente si se presenta una variada oferta de tiendas de campaña a un precio dentro de los rangos de gasto promedio en demás destinos. Los turistas se sienten motivados por la belleza paisajística del lugar, en su mayoría provenientes de la ciudad de Quito en donde se enfocará el plan de marketing, ya que es la ciudad que concentra turistas nacionales e internacionales.

Seguidamente se presenta la entrevista que se pudo llevar a cabo con la técnica de turismo del Cantón Pedro Moncayo el 14 de agosto del 2020, debido a la emergencia sanitario se dificultó el desarrollo del resto de entrevistas.

### **1. ¿Cómo se maneja la actividad turística en el Cantón Pedro Moncayo?**

Considerando que Pedro Moncayo es un cantón de paso, se ha tomado el emblema de las Lagunas de Mojanda y las rosas, buscando impregnarlos como destino. Si bien es cierto, son un potencial turístico aún hace falta un trabajo mancomunado, por ello el alcalde ha destinado un presupuesto para mejorar la infraestructura de Mojanda e incentivar ciertas actividades que no generen mayor impacto negativo. El cantón es conocido como capital mundial de la rosa, lo cual hay que resaltar por ello se ha trabajado en estructuras con rosas a manera de promoción turística.

Pensando en todo el cantón se ha buscado un punto estratégico en la ciudad aledaña que es Quito, se ha trabajado en un convenio con el centro comercial “El Portal”, ubicado en Carapungo, mismo que ha facilitado un punto de venta totalmente gratuito que va a ayudar como punto céntrico para dar a conocer nuestro cantón. Así mismo, en el Infocentro de Tabacundo, se busca aprovechar a los atractivos mejor posicionados para dar a conocer a los menos posicionados y de tal manera crear un equilibrio e ir posicionando al cantón como destino.

### **2. ¿Qué estrategias se usan para alargar el tiempo de estancia del turista dentro del Complejo Lacustre?**

En primera instancia se va a realizar un mantenimiento completo de la vía desde la plazoleta la banda hasta el complejo. Por ahora se ha iniciado con la presencia del personal del área de turismo en el Complejo todos los fines de semana con el objetivo de brindar información turística a los visitantes. Se tiene gran afluencia de visitantes y nosotros debemos ir incentivando a visitas

constantes. Así mismo, se da información de otros atractivos del cantón, además se está realizando un convenio con un grupo de jóvenes enfocados en realizar ciclismo dentro del Mojanda y a medida que se progresa se va complementando el servicio.

**3. ¿Maneja el cantón los datos sobre el perfil del turista del Complejo Lacustre?**

Se realizó un estudio del perfil del turista a nivel cantonal, no exclusivamente del atractivo.

**4. ¿Qué complicaciones se ha tenido en el Mojanda por el hecho de estar administrada por dos cantones?**

Tenemos desventajas por el hecho del descontrol, ya que tenemos vías que conectan Tabacundo y Otavalo, dificulta el control de ingresos y actividades, si bien es cierto se trabaja bajo una ordenanza bicantonal que prohíbe ciertas actividades, pero en Otavalo si se realizan estas actividades, por nuestra parte tenemos como prioridad preservar el ACUS ya que nosotros consumimos el agua de las lagunas. Y si bien es cierto se ha recibido varias críticas del porque no se han implementado más actividades, el cantón debe pensar primero en las que sean sustentables para conservar el lugar.

**5. ¿En caso de trabajar en vinculación con el GAD se requiere de algún permiso de funcionamiento?**

No se requiere de permisos extra, porque Mojanda ya tiene el permiso de funcionamiento turístico, puesto que a cada GAD se le otorga las competencias de desarrollo turístico.

**6. ¿Qué estrategias se están llevando a cabo para la reactivación turística post-covid dentro del cantón?**

Se está trabajando en incentivar el turismo local, que contempla tres ejes fundamentales, la primera es una campaña de promoción de establecimientos turísticos para lo que se ha realizado un convenio con GoRaymi, una empresa que realiza tomas de los atractivos, en primera instancia brindaron



capacitaciones de grabación, reproducción y demás aspectos de filmación, ello dirigido a 15 personas con conocimiento en el área. Se consiguió toda una colección de fotos que sirvieron para el lanzamiento de una campaña.

Se enfocan también en el agroturismo, entonces se va a realizar un video en una granja agro ecológicas para el lanzamiento de una nueva campaña con el slogan “consume lo nuestro”.

Finalmente se tiene la creación de un sello de bioseguridad, para brindar seguridad a los turistas. Los establecimientos podrán adquirirlo luego de cumplir con ciertos parámetros.

## **Análisis**

El Cantón Pedro Moncayo presenta un limitado aprovechamiento de sus recursos, se genera poco incentivo en el desarrollo de nuevos proyectos y se enfocan esfuerzos en campañas publicitarias algo que, si incentiva al turismo, pero en poca cantidad ya que no hay mucho que promocionar y omite algo importante como lo es la participación comunitaria para el desarrollo de actividades sustentables.

Mucho se habla de fomentar actividades dentro del Complejo Lacustre, sin embargo, no se llevan a cabo estudios que faciliten la puesta en marcha de proyectos de bajo impacto, lo que permite un acercamiento a la toma de decisiones en el desarrollo del presente trabajo.

### **4.4 Análisis de la Oferta**

Dentro del Cantón Pedro Moncayo no existe considerable oferta turística, y tras una investigación documental y de conocimiento propio se presentan a continuación los principales atractivos del lugar y destinos que representan competencia para el proyecto.

**Tabla 20***Resumen de atractivos turísticos del Cantón Pedro Moncayo*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
<b>Mirador el Campanario</b>	Sitio natural	Relieves	Montaña
<b>Cerro Fuya Fuya</b>	Sitio natural	Relieves	Cerro
<b>Iglesia Matriz de Tabacundo</b>	Sitio religioso	Manifestaciones religiosas	Santuario
<b>Fiestas de la cosecha</b>	Manifestaciones culturales	Etnografía	Tradiciones y creencias
<b>Fiestas de Sampedro</b>	Manifestaciones culturales	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias	Fiestas tradicionales
<b>Mushuk Nina</b>	Manifestaciones culturales	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias	Fiestas tradicionales
<b>Guioneros de Semana Santa</b>	Manifestaciones culturales	Manifestaciones religiosas	Fiestas tradicionales
<b>Museo de la raíz</b>	Sitio natural		

Nota. Elaborado a partir de la búsqueda de información en las páginas oficiales del GAD

Se aprecia que varios de los atractivos son naturales y además se conoce que los mismos no son aprovechados lo suficiente para atraer al turista, y en su mayoría se visualiza que como atracción se cuenta con manifestaciones culturales las cuales al celebrarse en ciertas épocas del año trae como consecuencia una temporada baja la mayor parte del tiempo.

**Tabla 21***Resumen de atractivos turísticos que representan competencia directa al servicio de camping*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
<b>Parque Arqueológico Cochasquí</b>	Manifestaciones culturales	Histórico	Sitio Arqueológico
<b>Bosque</b>			

<b>Protector Jerusalem</b>	Sitio natural	Bosque Protector	Bosque seco natural
--------------------------------	---------------	------------------	------------------------

Como conocimiento propio se identifican dos lugares que representan la competencia directa del servicio de camping; sin embargo, ninguno de ellos ofrece una variedad de carpas en alquiler con demás implementos de acampada, representando un elemento diferenciador ante la competencia.

#### **4.4.1 Proyección de la Oferta**

El cálculo de promedio de turistas anuales se realiza a partir del número de ingresos anuales que recibe la competencia.

El promedio anual de turistas es igual a la suma de turistas por establecimientos, sobre la cantidad de establecimientos. Además, tenemos que tener en cuenta el crecimiento del turismo en Ecuador, en el año 2018 ya se había fijado que era del 11% (Ministerio de Turismo, 2018).

**Tabla 22**

*Cantidad promedio de turistas anuales de la competencia en Pedro Moncayo*

<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Cant. De Turistas 2019</b>	<b>Promedio anual</b>
Parque Arqueológico Cochasquí	29150	
Bosque Protector Jerusalem	98568	
<b>Total</b>	<b>127.718</b>	<b>63.859</b>

Arias (2017) manifiesta que el ingreso de turistas anuales al Parque Arqueológico Cochasquí es de 23.659 personas, en el caso del “Bosque Protector Jerusalem” Manobanda (2017) en su trabajo de grado indica que el lugar recibe aproximadamente a 80.000 personas al año. A partir de ello se realiza la proyección con el 11% de crecimiento de turismo hasta el 2019 para obtener la base de la que se realiza el promedio de turistas anuales de la competencia.

Se aprecia que el proyecto presenta dos principales competencias dentro del Cantón Pedro Moncayo, se obtiene que el promedio de turistas

que visitaron dichos establecimientos es de 63.859, valor que sirve de base para realizar la proyección de la oferta desde 2019.

Al ser un negocio que no requiere de gran inversión a continuación se proyecta la oferta dentro de los próximos 5 años que es la vida del proyecto, utilizando la fórmula de Muñoz:

$$C_n = C_o(1+i)^n$$

Donde:

**C<sub>n</sub>**= oferta futura

**C<sub>o</sub>**= oferta actual

**i**= tasa de crecimiento

**n**= año proyectado

**Tabla 23**

*Proyección de la oferta en Pedro Moncayo*

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>
1	63859
2	70883
3	78681
4	87336
5	96942

El promedio anual de turistas que recibe la competencia es de 63.859, número del cual se parte para realizar la proyección desde el 2019, para ello además se toma en cuenta que el crecimiento anual de turismo en Ecuador es del 11%. Se aprecia como en el plazo de cinco años la oferta ha incrementado a 96.942 arribos.

#### **4.5 Análisis de la Demanda**

Para establecer la demanda potencial del servicio de camping se toma en cuenta dos aspectos importantes como: el número de turistas que ingresan

a los atractivos que ofertan el servicio de camping y el porcentaje de consumidores que muestran disposición para adquirir el producto, dato que fue obtenido a partir de las encuestas.

**Tabla 24**

*Demanda potencial del servicio de camping en Pedro Moncayo*

Turistas mercado objetivo	140.718
% de intención de compra del producto	97,5%
<b>Demanda potencial</b>	<b>137.200</b>

Nota. Encuesta de la investigación de mercado en el Complejo Lacustre Mojanda

#### **4.5.1 Proyección de la Demanda**

La proyección se realiza para los próximos 5 años aplicando la fórmula del incremento poblacional compuesto (Muñoz, 2004).

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Donde:

**C<sub>n</sub>** = Incremento compuesto

**C<sub>o</sub>** = Número de clientes iniciales por el porcentaje de aceptación del proyecto, según la encuesta aplicada sobre el 100%.

**I** = Índice de crecimiento turístico

**n** = Años a proyectar (período a proyectar, en este caso, 2020- 2024)

#### **Cálculo del incremento poblacional compuesto**

**N**=140.718 turistas anuales en los principales atractivos que ofertan camping en el cantón Pedro Moncayo

**% de aceptación del proyecto**= 97,5% (obtenido de la aplicación de las encuestas)

**i**= 11% (0,11 índice de crecimiento del turismo en Ecuador)

**Entonces:**

$$C_o = (140.718 * 97,5) / 100 = 137.200$$

$$C_n = 137.200 (1 + 0,11)^1 = 152.292$$

**Tabla 25***Proyección de la demanda Pedro Moncayo*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
1	152292
2	169044
3	187639
4	208279
5	231190

A partir de los 140.7178 turistas que arriban a los principales atractivos del Cantón y el porcentaje de aceptación por el producto obtenido a partir de las encuestas representado en un 97,5% que resulta en 137.200 turistas interesados en adquirir el producto. En base a ello se realiza la proyección de la demanda en los próximos 5 años mostrando un incremento a 231.190 clientes potenciales.

#### **4.6 Demanda Insatisfecha**

La demanda insatisfecha es aquella que no es cubierta por la oferta existente y por lo tanto se busca cubrir al menos parcialmente la brecha identificada, ésta se obtiene de la diferencia entre la demanda potencial y la competencia.

**Tabla 26***Proyección de la demanda insatisfecha del servicio de camping de Pedro Moncayo*

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
Año1	152292	63859	88433
Año 2	169044	70883	98161
Año 3	187639	78681	108958
Año 4	208279	87336	120944
Año 5	231190	96942	134248

#### 4.7 Demanda Objetiva Proyectada

Al no encontrarse datos que especifiquen el nivel de ocupación de campamentos turísticos, se los relaciona con los alojamientos de cuarta categoría debido a la disposición de pocos servicios y a la tarifa que mantiene relación con el precio promedio del alquiler de implementos de camping. “Se puede advertir que la tarifa se redujo a 18 dólares estadounidenses en el año 2016, comparada con la del año 2015 que fue superior, con un mínimo de 23 dólares estadounidenses” (Serrano, 2018, p.116).

El Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca (2018) señala desde el mes de abril hasta diciembre que el promedio de ocupación de alojamiento de cuarta categoría es de 14,92%, valor que se toma para el cálculo de la demanda objetiva.

**Tabla 27**

*Proyección de la demanda objetiva del servicio de camping*

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetiva</b>
Año 1	88433	13194
Año 2	98161	14646
Año 3	108958	16257
Año 4	120944	18045
Año 5	134248	20030

El presente proyecto entonces pretende captar un 14,92% de la demanda insatisfecha a fin de satisfacer al mercado potencial del cantón Pedro Moncayo.

## CAPÍTULO V

### 5 Estudio Técnico y Organizacional

Realizar el estudio técnico y organizacional depende del estudio de mercado previamente realizado, ya que provee datos referentes a la oferta y demanda existente, que sirve de base para una evaluación financiera del proyecto. Este estudio permite cuantificar el monto de inversión y costos operacionales referentes a la necesidad de distribución del servicio que a su vez optimiza la utilización de recursos disponibles.

#### 5.1 Análisis y Determinación de la Localización Óptima del Proyecto

Para determinar la localización del servicio de camping se considera principalmente la belleza paisajística del entorno ya que es la principal motivación para realizar dicha actividad, así mismo, las condiciones climáticas son un factor que determina la preferencia del turista por visitar un destino y al ser una actividad de aventura segmenta a un mercado dispuesto a pernoctar al aire libre con un mínimo de condiciones y servicios. Para ello a continuación se especifica la ubicación del proyecto a nivel macro y micro localización.

##### 5.1.1 Macro Localización

Ecuador país mega diverso, alberga riqueza en flora, fauna, paisajes, historia y cultura. Poseedor de las regiones Costa, Sierra, Amazonia e Insular, conocidas como los “cuatro mundos” debido al patrimonio que éstas guardan y a la cercanía de sus destinos con climas exóticos.

De entre sus cuatro regiones, la Interandina o Sierra se extiende de norte a sur atravesando por la mitad al país, en la que coexisten varias zonas climáticas. Popular por presentar elevaciones montañosas de reconocimiento mundial, también conserva una variedad de áreas protegidas. Además, en esta se encuentran Quito y Cuenca, dos de las principales ciudades del país.

Pichincha es una de las 10 provincias de la Sierra, con su capital Quito es la urbe más poblada y el principal centro comercial del país. Limita al norte con las provincias de Imbabura y Sucumbíos, al sur con la provincia de



Cotopaxi, al este con la provincia de Napo y al oeste con la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Resguarda belleza paisajística que merece ser apreciada y valorada mediante la práctica de un turismo sustentable.

## Figura 2

Mapa del Ecuador, región Sierra



Nota. Elaborado mediante ArcGIS

### 5.1.2 Micro Localización

La localización del proyecto de servicio de camping es en el cantón Pedro Moncayo que tiene una extensión de 333km, con una temperatura que oscila entre 13,7°C a 25,6°C, limita al norte con el Cantón Otavalo (Provincia de Imbabura), al sur con el Distrito Metropolitano de Quito y Cantón Cayambe, al este con el Cantón Cayambe y al oeste con el Distrito Metropolitano de Quito, tiene una población de 39.604 habitantes. Posee elevaciones montañosas con características idóneas para realizar la actividad de camping.

Las áreas de camping se ubican en la Laguna Caricocha o también llamada laguna grande que es parte del Complejo Lacustre Mojanda, tiene una extensión de 7.7 Km y una superficie de 271 hectáreas, con un clima que oscila entre los 10 y 15°C, a más de poseer ecosistemas diversos de interés para la localidad y los turistas. Tiene como ventaja ser uno de los principales atractivos del cantón, además, posee facilidades turísticas como lo es un parqueadero,

cafetería, servicio sanitario y un muelle a orillas de la misma. Como complemento a las facilidades existentes y a fin de ofertar alojamiento al aire libre se propone ubicar áreas de camping en los alrededores de la laguna.

**Figura 3**

*Mapa de la Laguna Caricocha*



**Figura 4**

*Mapa de la zona para las áreas de camping*



Nota. Mapas elaborados mediante ArcGIS

## 5.2 Identificación y Descripción de los Procesos

Luego de analizar las características climatológicas, geográficas y de infraestructura del área de influencia del proyecto, se procede a caracterizar y diseñar el producto y servicio a ofertar, determinando las actividades a realizarse y delimitando zonas para el desarrollo de las mismas.

### 5.2.1 Caracterización y Diseño del Producto/Servicio

La Laguna Caricocha cuenta con cierta infraestructura, por lo que el servicio de alquiler de implementos de camping pretende complementar la oferta existente. Cumpliendo los parámetros de bioseguridad necesarios que protejan la integridad y salud del turista. Para su funcionamiento debe cumplir con requerimientos tales como: disponer de baterías sanitarias, área de parqueadero, cada área de camping puede abarcar hasta 6 tiendas y además se debe respetar la distancia de 1 metro a la redonda entre carpas.

Como principal producto se cuenta con 64 variadas tiendas de camping ancladas al suelo y colgantes, a fin de diversificar la oferta y proporcionar de carpas al gusto del cliente, con su alquiler se incluyen los demás implementos de camping básicos e incluye algún alimento o bebida. Además, se oferta turismo astronómico, pero solamente en épocas de verano, que es cuando el cielo se encuentra mayormente despejado, la hora de observación dependerá de las condiciones del cielo del día acordado.

Como servicios complementarios se pone a la venta vestimenta de abrigo y víveres. Más adelante se detallan de las características y diseños de los productos y servicios para el desarrollo de la actividad. La adquisición del servicio se puede realizar con reserva previa a través de la página web en cualquier horario, o adquirirlo en la oficina ubicada en el atractivo en los siguientes horarios.



**Tabla 28**

*Horarios de atención servicio de camping en la Laguna Caricocha*

<b>Horarios de atención</b>	
<b>Servicio</b>	<b>Horarios de miércoles a domingo y feriados</b>
Venta de vestimenta y víveres	09:00 – 17:00
Alquiler de implementos de camping	09:00 – 17:00
Turismo astronómico	Entre los meses de junio a septiembre y de diciembre a marzo
Check-in	13:00 – 17:00
Check-out	09:00 – 12:00

**Tabla 29**

*Tipos de carpas para alquiler en la Laguna Caricocha*

<b>CARPAS ANCLADAS AL SUELO</b>				
<b>Unidades</b>	<b>Tipo</b>	<b>Implementos</b>	<b>Características</b>	<b>Precio</b>
<b>15</b>	Carpa americana para 2 	<b>Incluye:</b> colchoneta, sleeping, aislante, almohadas, linterna de mano, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Anclaje de carpas si el cliente así lo desea. 2 bebidas calientes. <b>No incluye:</b> vestimenta, alimento y demás bebidas.	Carpa sujeta al suelo, resistente al frío y lluvias, con capacidad para dos personas.	\$18,00
<b>8</b>	Carpa americana para 4 	<b>Incluye:</b> Colchoneta, sleeping, aislante, almohadas, linterna de mano, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Anclaje de carpas si el cliente así lo desea. 4 bebidas calientes. <b>No incluye:</b> vestimenta, alimento y demás bebidas.	Carpa sujeta al suelo, resistente al frío y lluvias, con capacidad para cuatro personas.	\$36,00

---

8 Carpa americana para 6



**Incluye:** Colchoneta, sleeping, aislante, almohadas, linterna de mano, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Anclaje de carpas si el cliente así lo desea. 6 bebidas calientes.

**No incluye:** vestimenta, alimento y demás bebidas.

Carpa sujeta al suelo, resistente al frío y lluvias, con capacidad para seis personas. \$54,00

---

8 Carpa tipi



**Incluye:** Colchoneta, sleeping, aislante, almohadas, linterna de cabeza, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Ayuda en el anclaje de la carpa o instalación completa.

Bebida caliente y un sándwich para cada ocupante de la carpa.

**No incluye:** vestimenta, demás alimentos y bebidas.

Carpa fijada al suelo, su forma les proporciona estabilidad a vientos, con techo impermeable, y capacidad para dos personas. \$24,00

2 carpa inflable de burbuja



**Incluye:** Colchoneta, aislante, almohadas, linterna de cabeza, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Ayuda en el anclaje de la carpa o instalación completa.

Un juego de mesa.

Bebida caliente y un sándwich para cada ocupante de la tienda.

**No incluye:** vestimenta, alimento y demás bebidas.

Tienda inflable de 3 metros de diámetro, impermeable, resistente a diferentes condiciones climáticas como: lluvia, viento y sol. Capacidad hasta para 5 personas. \$75.00

### CARPAS COLGANTES

Uni.

Tipo

Características

8

Tree tent



**Incluye:** Colchoneta, cobijas, almohadas, linterna de cabeza, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Ayuda en el anclaje de la carpa o instalación completa.

Un juego de mesa.

Botella de agua, bebida caliente, un snack y un sándwich para cada ocupante de la carpa.

**No incluye:** vestimenta, alimento y demás bebidas.

Tienda esférica recubierta de lona de algodón impermeable, mantiene el calor. Resistente a diversas condiciones climáticas. Con capacidad para 3 personas. \$36,00

---

**8 Tentsile**



**Incluye:** sleeping, aislante, almohadas, linterna de cabeza, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Ayuda en el anclaje de la carpa o instalación completa.

Bebida caliente y un sándwich para cada ocupante de la carpa.

Un juego de mesa.

Botella de agua, bebida caliente, un snack y un sándwich para cada ocupante de la carpa.

**No incluye:** vestimenta, alimento y demás bebidas.

Tienda colgante impermeable, cómoda que requiere de tres puntos de anclaje, además cuenta con una escalera para subir a la misma. Capacidad para 2 personas. \$24,00

---

**8 Cocoon tree**



**Incluye:** Colchoneta, cobijas, almohadas, linterna de cabeza, papel higiénico, pito (para emergencias), bolsa plástica (para la basura), fósforos. Ayuda en el anclaje de la carpa o instalación completa.

Un juego de mesa.

Botella de agua, bebida caliente, un snack y un sándwich para cada ocupante de la carpa.

**No incluye:** vestimenta, alimento y demás bebidas.

Tienda colgante tipo esfera de 3 metros de diámetro, armazón flexible e impermeable. Resistente a condiciones climáticas extremas. Capacidad para 3 personas. \$36,00

**5.2.1.1 Paquetes Turísticos a Ofertar.** Dark-Sky Camp además del alquiler de implementos de camping tiene la opción de compra de turismo astronómico con cargo extra, dirigido a principiantes aficionados a observar constelaciones, planetas y estrellas fugaces. Se recomienda adquirir el servicio con reserva previa puesto que el cliente debe descargar una app de sky map llamada Safari Sky, caso contrario solo se proveerá de un planisferio de la noche que se pretende observar los astros, estos instrumentos resultan indispensables para saber que se está mirando. A continuación, se presenta un paquete para difundir la oferta existente mediante operadoras turísticas ubicadas en Quito, principal mercado receptor de turistas extranjeros.

**Tabla 30**

*Paquete 1 Tour Lagunas del Mojanda*

<b>DARK-SKY CAMP</b>		
El recorrido se abre con un mínimo de 5 pax y un máximo de 15 pax		
<b>Nombre del paquete:</b>	Tour Lagunas del Mojanda	
<b>Dirigido a:</b>	Turista joven-adulto de entre 20 y 40 años, de tipo aventurero	
<b>Duración:</b>	14:00 a 10:00 del día siguiente	
<b>Nivel físico:</b>	Medio, con una condición física general	
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campamento</li> <li>• Senderismo</li> <li>• Ascenso al Fuya-Fuya</li> <li>• Picnic</li> </ul>	
<b>Incluye:</b>	Carpa al gusto del cliente Implementos de camping Cena y desayuno Guianza Medidas de bioseguridad	
<b>No incluye:</b>	Implementos de aseo personal Alimentos y bebidas extra	
<b>PRECIOS POR PERSONA</b>		
<b>Solo tour</b>	Carpa anclada al piso	<b>\$32,88</b>
	Carpa colgante o burbuja inflable	<b>\$41,10</b>



<b>Trasporte desde Quito</b>	Carpa anclada al piso	<b>\$46,58</b>
	Carpa colgante o burbuja inflable	<b>\$54,80</b>

**Recomendaciones:**

Llevar ropa cómoda, abrigada e impermeable, implementos de aseo personal  
 Zapatos cómodos de trekking o deportivos  
 Llevar líquidos y dulces  
 Llevar cámara fotográfica, guantes  
 Informar el uso de medicamentos y llevar lo necesario

**Tabla 31**

*Itinerario del paquete 1*

<b>Lugar: Complejo Lacustre Mojanda</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Observación</b>
14:00	Check-in	Papeles de identificación personal
14:20	Anclaje de carpa	No requiere esfuerzo ni conocimiento técnico, a no ser una carpa colgante
15:00	Ascenso al Fuya-Fuya	Nivel físico moderado
17:00	Snack y descanso	Entrega de granola o un dulce y agua
18:00	Libre esparcimiento por las instalaciones	Llevar cámara
19:00	Cena	Consiste en pollo o carne asada, acompañado de papas, choclo y habas
20:00	Descanso	Se recomienda quedarse cerca al área de camping
06:30	Senderismo	Llevar cámara
07:30	Picnic	Consiste en un té o café, acompañado de humitas y fruta
09:00	Libre esparcimiento	
10:00	Entrega de equipamiento y despedida	

## **Guión**

### **Ingreso de la Laguna Caricocha**

Buenas tardes sean bienvenidos al Complejo Lacustre Mojanda, uno de los principales atractivos del Cantón Pedro Moncayo, mi nombre es Lisseth Ortega quien les proveerá de los implementos que incluyen en el paquete adquirido y estoy para resolver cualquiera de sus dudas.

Procedemos a la verificación de información del paquete adquirido antes de la entrega de implementos de camping, ahora les presento a quien será su guía y ayudará con el anclaje de la carpa que no tomará más de media hora.

Nos encontramos a una altura de 3720msnm, con un clima que varía de entre 10 y 15°C y en la madrugada puede llegar a temperaturas de -5°C. Ahora procedemos a ascender al Cerro Fuya-Fuya, cuyo nombre proviene del Kichwa Fuyu que al traducir significa “nube” en donde tendremos una vista panorámica del lugar, en el primer descanso se entregara un snack o dulce y agua para tomar fuerza y seguir avanzando hasta la cumbre.

En la cima: Nos encontramos a una altura de 4.275msnm, el pico más alto que rodea las Lagunas de Mojanda, su temperatura oscila entre los 7 y 9°C, es un volcán que ha erupcionado al menos dos veces y colapso hace aproximadamente 165.000 años creando una gran caldera. Desde aquí se puede visualizar gran parte del callejón interandino del norte de la Sierra, además la cumbre de los volcanes Imbabura, Cotacachi y Cayambe. Tienen un espacio de 15 minutos para realizar fotografías y procedemos con el descenso.

En la cena: Buenas noches en este momento vamos a cenar un plato típico de la zona que consiste en pollo asado, habas, papas y choclo, buen provecho. Es momento de compartir alrededor de la fogata, les voy a contar sobre mitos y leyendas de la laguna, una de ellas consiste en lo traicionera que era con las personas que pasaban por aquí, ya que esta era la vía que conectaba Quito con la zona norte del país. Cuenta la leyenda que la Laguna Caricocha o Laguna Grande tenía la costumbre de robar a quienes pasaban por aquí, entonces unos lugareños decidieron lanzar en ella una roca que

quemaron por tres días seguidos, cuando cayó dentro se escuchó una voz en kichwa que decía “Ñavi chamusca, ñavi rrray” que traducido dice me han quemado el ojo. Desde entonces en noches de luna nueva se escucha el tintinar de la campana que alguna vez robó.

Al día siguiente: Buenos días hoy vamos a apreciar el amanecer en esta belleza paisajística. El Complejo Lacustre se encuentra ubicado entre dos provincias que son Pichincha e Imbabura, conformado por las lagunas: Caricocha o Lago Hombre, que tiene una superficie de 271 hectáreas; Huarmicocha o Lago Mujer, que posee una superficie de 11.4 hectáreas; y Yanacocha o Laguna Negra, con una superficie de 1.07 hectáreas.

El volcán Mojanda posee una flora y fauna muy diversa, se distingue especies medicinales y de consumo, entre la fauna se hallan especies de aves pequeñas y lobos de paramo. Finalmente realizaremos un picnic en el muelle junto a la laguna, compartiremos un té acompañado de unas deliciosas humitas y fruta. Ahora desmontaremos las carpas y procedemos a verificar su estado, en caso de hallarse un desperfecto se cobra por el mismo y si está en buenas condiciones simplemente se guarda todo.

Este ha sido el final del tour, les agradezco por haber compartido esta gran experiencia junto a “Dark-Sky Camp”, espero hayan aprendido mucho y especialmente disfrutado de la belleza paisajística del lugar. Les invito a que compartan su experiencia mediante nuestras páginas oficiales, nosotros añadiremos fotos de esta visita, si desean incluyan en el cuaderno un comentario sobre su experiencia. Anhelamos su regreso que tengan buen viaje, hasta pronto.

### **Precio del paquete 1**

Los precios establecidos en el paquete 1 incluyen el servicio de camping según su tipo de anclaje, el transporte y demás servicios. Los mismos que se basan en los precios de las siguientes tablas, que toman en cuenta el costo de cada actividad, el 12% de IVA, 5% de costos no programados y 20% de utilidad. El impuesto del 12% no aplica para extranjeros ya que, existen servicios grabados con tarifa del 0% IVA, como “Los paquetes de turismo

receptivo, facturados dentro o fuera del país, a personas naturales o sociedades no residentes en el Ecuador” (SRI, 2014, p. 5).

**Tabla 32**

*Precios del paquete 1*

	<b>Precio</b>		<b>Precio</b>
Carpa anclada al piso e implementos	9	Carpa colgante y burbuja inflable	15
Cena	5	Cena	5
Desayuno	5	Desayuno	5
Guianza	5	Guianza	5
Subtotal	24	Subtotal	30
IVA 12%	2,88	IVA 12%	3,6
Costos no programados 5%	1,2	Costos no programados 5%	1,5
Utilidad 20%	4,8	Utilidad 20%	6
<b>Total</b>	<b>32,88</b>	<b>Total</b>	<b>41,1</b>

Nota: el 12% de IVA no aplica para turistas extranjeros

**Tabla 33**

*Precios del paquete 1 incluido transporte*

	<b>Precio</b>		<b>Precio</b>
Carpa anclada al piso e implementos	9	Carpa colgante y burbuja inflable	15
Cena	5	Cena	5
Desayuno	5	Desayuno	5
Guianza	5	Guianza	5
Transporte desde Quito	10	Transporte desde Quito	10

Subtotal	34	Subtotal	40
IVA 12%	4,08	IVA 12%	4,8
Costos no programados 5%	1,7	Costos no programados 5%	2
Utilidad 20%	6,8	Utilidad 20%	8
<b>Total</b>	<b>46,58</b>	<b>Total</b>	<b>54,8</b>

Nota: el 12% de IVA no aplica para turistas extranjeros

### Tabla 34

#### Paquete 2 Luz de las estrellas

<b>DARK-SKY CAMP</b>			
El recorrido se abre con un mínimo de 5 pax y un máximo de 15 pax			
<b>Nombre del paquete:</b>	Luz de las estrellas		
<b>Dirigido a:</b>	Turista joven-adulto de tipo aventurero		
<b>Duración:</b>	14:00 a 10:00 del día siguiente		
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo astronómico</li> <li>• Campamento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascenso al Fuya-Fuya</li> <li>• Picnic</li> <li>• Senderismo</li> </ul>	
<b>Incluye:</b>	Carpa al gusto del cliente Implementos de camping Cena y desayuno Guianza Medidas de bioseguridad		
<b>No incluye:</b>	Implementos de aseo personal Alimentos y bebidas extra		
<b>PRECIOS POR PERSONA</b>			
<b>Solo tour</b>	Carpa anclada al piso		<b>\$39,73</b>
	Carpa colgante o burbuja inflable		<b>\$47,95</b>
<b>Trasporte desde Quito</b>	Carpa anclada al piso		<b>\$53,43</b>
	Carpa colgante o burbuja inflable		<b>\$61,65</b>
<b>Recomendaciones:</b>	Llevar ropa cómoda, abrigada e impermeable, implementos de aseo personal		

---

Zapatos cómodos de trekking o deportivos  
 Llevar líquidos y dulces  
 Llevar cámara fotográfica, guantes, protector solar  
 Informar el uso de medicamentos y llevar lo necesario

---

### Tabla 35

#### *Itinerario del paquete 2*

<b>Lugar: Complejo Lacustre Mojanda</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Observación</b>
14:00	Check-in	Papeles de identificación personal
14:20	Anclaje de carpa	No requiere esfuerzo ni conocimiento técnico, a no ser una carpa colgante
15:00	Ascenso al Fuya-Fuya	Nivel físico moderado
17:00	Snack y descanso	Entrega de granola o un dulce y agua
18:00	Libre esparcimiento por las instalaciones	Llevar cámara
19:00	Cena	Consiste en pollo o carne asada, acompañado de papas, choclo y habas
20:00	Descanso	Se recomienda quedarse cerca al área de camping
22:00	Astro turismo	Descargar la sky map indicada
07:00	Senderismo	Llevar cámara
08:00	Picnic	Consiste en un té o café, acompañado de humitas y fruta
09:00	Libre esparcimiento	
10:00	Entrega de equipamiento y despedida	

---

### Guión

#### **Ingreso de la Laguna Caricocha**

Buenas tardes sean bienvenidos al Complejo Lacustre Mojanda, uno de los principales atractivos del Cantón Pedro Moncayo, mi nombre es Lisseth

Ortega quien les proveerá de los implementos que incluyen en el paquete adquirido y estoy para resolver cualquiera de sus dudas.

Procedemos a la verificación de información del paquete adquirido antes de la entrega de implementos de camping, ahora les presento a quien será su guía y ayudará con el anclaje de la carpa que no tomará más de media hora.

Nos encontramos a una altura de 3720msnm, con un clima que varía de entre 10 y 15°C y en la madrugada puede llegar a temperaturas de -5°C. Ahora procedemos a ascender al Cerro Fuya-Fuya, cuyo nombre proviene del Kichwa Fuyu que al traducir significa “nube” en donde tendremos una vista panorámica del lugar, en el primer descanso se entregara un snack o dulce y agua para tomar fuerza y seguir avanzando hasta la cumbre.

En la cima: Nos encontramos a una altura de 4.275msnm, el pico más alto que rodea las Lagunas de Mojanda, su temperatura oscila entre los 7 y 9°C, es un volcán que ha erupcionado al menos dos veces y colapso hace aproximadamente 165.000 años creando una gran caldera. Desde aquí se puede visualizar gran parte del callejón interandino del norte de la Sierra, además la cumbre de los volcanes Imbabura, Cotacachi y Cayambe. Tienen un espacio de 15 minutos para realizar fotografías y procedemos con el descenso.

En la cena: Buenas noches en este momento vamos a cenar un plato típico de la zona que consiste en pollo asado, habas, papas y choclo, buen provecho. Es momento de compartir alrededor de la fogata, les voy a contar sobre mitos y leyendas de la laguna, una de ellas consiste en lo traicionera que era con las personas que pasaban por aquí, ya que esta era la vía que conectaba Quito con la zona norte del país. Cuenta la leyenda que la Laguna Caricocha o Laguna Grande tenía la costumbre de robar a quienes pasaban por allí, entonces unos lugareños decidieron lanzar en ella una roca que quemaron por tres días seguidos, cuando cayó dentro se escuchó una voz en kichwa que decía “Ñavi chamusca, ñavi rrray” que traducido dice me han quemado el ojo. Desde entonces en noches de luna nueva se escucha el tintinar de la campana que alguna vez robó.

Ahora nos desplazaremos al lugar de observación de los astros: se sabe que desde la antigüedad se ha observado el cielo y se han descubierto formas que conocemos como constelaciones, las mismas que han ayudado para orientarse, saber las épocas adecuadas de cosecha y sobre meteorología. Para su apreciación no es necesaria experiencia ni más instrumentos que nuestros propios ojos. No obstante, unos prismáticos o telescopios permiten una mejor visualización del cielo.

Para una mejor identificación de los astros vamos a ayudarnos de la app que se recomendó descargar o el mapa celeste que tienen en sus manos, como ustedes prefieran. En el planisferio latitud 0° vamos a ubicar la hora y fecha de hoy, además nos situamos de cara al norte y así nos va a mostrar con mayor exactitud lo que vamos a poder observar en el cielo. (Incluye información de las constelaciones, mitos y leyendas del cielo).

Al día siguiente: Buenos días hoy vamos a apreciar el amanecer en esta belleza paisajística. El Complejo Lacustre se encuentra ubicado entre dos provincias que son Pichincha e Imbabura, conformado por las lagunas: Caricocha o Lago Hombre, que tiene una superficie de 271 hectáreas; Huarmicocha o Lago Mujer, que posee una superficie de 11.4 hectáreas; y Yanacocha o Laguna Negra, con una superficie de 1.07 hectáreas.

El volcán Mojanda posee una flora y fauna muy diversa, se distingue especies medicinales y de consumo, entre la fauna se hallan especies de aves pequeñas y lobos de paramo. Finalmente realizaremos un picnic en el muelle junto a la laguna, compartiremos un té acompañado de unas deliciosas humitas y fruta. Ahora desmontaremos las carpas y procedemos a verificar su estado, en caso de hallarse un desperfecto se cobra por el mismo y si está en buenas condiciones simplemente se guarda todo.

Este ha sido el final del tour, les agradezco por haber compartido esta gran experiencia junto a “Dark-Sky Camp”, espero hayan aprendido mucho y especialmente disfrutado de la belleza paisajística del lugar. Les invito a que compartan su experiencia mediante nuestras páginas oficiales, nosotros añadiremos fotos de esta visita, si desean incluyan en el cuaderno un



comentario sobre su experiencia. Anhelamos su regreso que tengan buen viaje, hasta pronto.

## Precio del paquete 2

Los precios establecidos en el paquete 2 incluyen el servicio de camping según su tipo de anclaje, astro turismo, el transporte y demás servicios. Los mismos que se basan en los precios de las siguientes tablas:

**Tabla 36**

*Precio del paquete 2*

	<b>Precio</b>		<b>Precio</b>
Carpa anclada al piso e implementos	9	Carpa colgante y burbuja inflable	15
Cena	5	Cena	5
Desayuno	5	Desayuno	5
Guianza	10	Guianza	10
Subtotal	29	Subtotal	35
IVA 12%	3,48	IVA 12%	4,2
Costos no programados 5%	1,45	Costos no programados 5%	1,75
Utilidad 20%	5,8	Utilidad 20%	7
<b>Total</b>	<b>39,73</b>	<b>Total</b>	<b>47,95</b>

Nota: el 12% de IVA no aplica para turistas extranjeros

**Tabla 37**

*Precio del paquete 2 incluido transporte*

	<b>Precio</b>		<b>Precio</b>
Carpa anclada al piso e implementos	9	Carpa colgante y burbuja inflable	15
Cena	5	Cena	5

Desayuno		5	Desayuno		5
Guianza		10	Guianza		10
Transporte	desde	10	Transporte	desde	10
Quito			Quito		
Subtotal		39	Subtotal		45
IVA 12%		4,68	IVA 12%		5,4
Costos	no	1,95	Costos	no	2,25
programados 5%			programados 5%		
Utilidad 20%		7,8	Utilidad 20%		9
<b>Total</b>		<b>53,43</b>	<b>Total</b>		<b>61,65</b>

Nota: el 12% de IVA no aplica para turistas extranjeros

### **5.2.2 Descripción de la Prestación del Servicio**

Los servicios de “Dark-Sky Camp” se pueden adquirir mediante reservas, por medio de operadoras ubicadas en Quito con las que se han establecido acuerdos y alianzas, también se puede realizar el proceso de compra en el mismo atractivo. Para la prestación del servicio además se lleva a cabo un proceso de bioseguridad con el fin de prevenir la transmisión de virus. A fin de medir el nivel de satisfacción del cliente y lograr la fidelización del mismo se lleva a cabo un proceso de seguimiento.

**5.2.2.1 Ventas con Reserva.** Se realiza con un mínimo de tres días de anticipación a través de la página web de “Dark-Sky Camp”, o llamando a los números de oficina. En la página web se presenta el catálogo de carpas con sus características y precios. El cliente elige el de su preferencia, agrega la fecha de llegada, si desea elige el servicio de turismo astronómico y transporte desde Quito nuestro principal mercado emisor, estos dos últimos con un costo extra y finalmente envía el pedido.

**5.2.2.2 Ventas Mediante Operadoras.** El turista adquiere los paquetes turísticos a través de operadoras ubicadas en la ciudad de Quito con las que se mantiene alianzas, puede adquirir el paquete “Tour Lagunas del Mojanda” o el tour “Luz de estrellas” indicando su fecha de llegada. La operadora genera la venta e informa inmediatamente de ello para realizar los preparativos necesarios para recibir al turista.

**5.2.2.3 Ventas sin Reserva.** El turista es informado de la oferta existente y se presenta un catálogo de las diferentes tipologías de camping, implementos que incluyen, principales características, y precios que varía según su tipo de anclaje y capacidad. El cliente elige el de su preferencia. El cliente realiza el pago y se procede a la entrega de todos los implementos, seguido por el anclaje de la carpa o ayuda en ello si el cliente así lo desea.

Independientemente del medio de adquisición de los servicios de alquiler de camping, la entrega de implementos y anclaje de la carpa se realizan a partir de las 15:00 horas hasta las 17:00 horas, seguidamente se facilitan los alimentos y bebidas en caso de que incluyan. Si adquirió el servicio de astro turismo en la noche se realiza la guianza y exposición de los astros del firmamento con ayuda de la app y el planisferio celeste luego de ello se procede a descansar para al día siguiente realizar el Check-out hasta las 10:00am.

**5.2.2.4 Proceso de Bioseguridad.** Se llevan a cabo protocolos de bioseguridad encaminados a prevenir la proliferación de virus, mediante la implementación de medidas que permiten precautelar y salvaguardar la salud de los trabajadores y turistas.

Primero se identifican las actividades que se llevan a cabo dentro del atractivo, entonces se adquiere los elementos de bioseguridad necesarios tanto para el personal como para los turistas. Los trabajadores deben estar bien

informados de todas las medidas a adoptarse para que al iniciar con el proceso de venta se facilite la misma información al cliente.

Al ingreso se toma la temperatura y si esta es igual o mayor a 38°C se le prohíbe el ingreso, inmediatamente se le recuerda que debe mantener distanciamiento físico de 2 metros, proceden a desinfectar las suelas del calzado, desinfección de manos con gel antiséptico, se facilita a los turistas con mascarillas. Además, se ubica señalética en sitios visibles, que informan sobre instrucciones de seguridad a respetar.

Se realiza la desinfección de implementos de camping luego de cada uso, así mismo de las áreas de uso frecuente. Se verifica constantemente que los servicios higiénicos cuenten con jabón líquido, gel antiséptico y toallas desechables.

**5.2.2.5 Proceso de Seguimiento.** Después de la prestación del servicio de camping, es necesario medir y evaluar el nivel de satisfacción del cliente, para ello se establecen los instrumentos de medición que permiten obtener información específica y relevante de manera cualitativa y cuantitativa. Este proceso se realiza mediante la aplicación de encuestas de satisfacción, datos sobre la calidad del producto y servicio brindados, encuestas de opinión, que serán enviadas a correos o números telefónicos, datos que al ser procesados facilitan la planificación de nuevas estrategias y mejoras en las instalaciones, gestión adecuada en la prestación del servicio y optimiza la toma de decisiones en pro de la empresa.

Proceso realizado a fin de fidelizar al cliente y conseguir publicidad gratis “boca a boca”, entonces es indispensable además mantener contacto con el cliente, informando sobre nuevas ofertas y promociones de nuevos desarrollos, mejoras y productos adicionales.

### 5.3 Ingeniería del Proyecto

Considerando el análisis de la macro y micro localización del proyecto, definición de los productos y servicios a ofertar, se pueden determinar las zonas para el desarrollo de las actividades. Se establece entonces un plano de distribución de la planta.

#### 5.3.1 Distribución de la Planta

La distribución de la planta define el orden físico constituido por las diferentes áreas de servicio. Orden comprendido por los espacios necesarios para la ubicación de infraestructura, almacenamiento, movilidad y todas las actividades que hagan parte del servicio de camping.

El objetivo de ello radica en el uso eficiente de suelo, la optimización de costos y recursos, a fin de facilitar la movilidad de los trabajadores y el turista dentro de las instalaciones, además, se previenen riesgos en el trabajo. A continuación, se presenta la distribución de la planta por áreas existentes y por implementarse:

**5.3.1.1 Áreas Existentes.** A continuación, se presentan las áreas de facilidades turísticas con las que cuenta el Complejo Lacustre.

- **Área de parqueadero:** espacio de tierra dirigido a receptor automóviles en los que el turista se moviliza.
- **Área de camping:** tres áreas destinadas al anclaje de carpas, se cobra por uso de suelo. Cada área cuenta con un espacio para realizar fogatas.
- **Área de cafetería:** destinada a vender ciertos alimentos locales al turista.
- **Área de fogatas:** espacios acondicionados con ladrillos que permite realizar fogatas para evitar que esta se extienda y además el calor se concentre. Adecuado dentro de las áreas de camping.

- **Área de BBQ** casetas hechas a base de madera y ladrillos, con techo de paja de paramo, implementados con un lavabo, mesón asadero con chimenea, del que cualquier turista puede hacer uso.
- **Áreas de servicios higiénicos:** baterías sanitarias hechas a base de ladrillo y madera, con techo de paja de paramo, implementada con 2 baterías sanitarias para cada género, con lavabos.
- **Muelle:** hecho de madera que permite la apreciación de la Laguna Caricocha.
- **Senderos:** permiten la llegada al atractivo y facilita el recorrido dentro del mismo, además garantiza la seguridad de los visitantes y de flora y fauna del lugar.
- **Señalética:** letreros que facilitan la llegada del turista al atractivo. Contiene información de actividades e identificación de infraestructura.
- **Área de guardianía:** cabaña equipada con un baño, dormitorio y cocina destinada a la estancia de los guardias de turno.

**5.3.1.2 Áreas a Implementar.** A continuación, se presentan las áreas de a implementarse para el desarrollo del proyecto dentro del Complejo Lacustre.

- **Área de recepción:** oficina amplia destinada a brindar información general del lugar, y facilitar de los implementos de camping al visitante.
- **Área de ventas:** espacio dedicado a la venta de vestimenta y víveres que solicite el cliente.
- **Área de carpas ancladas al piso:** zonas delimitadas en 5 metros cuadrados para la ubicación de cada carpa, tomando en cuenta el distanciamiento de 1 metro entre las mismas, con capacidad de montar 2 carpas en cada área. Un espacio extra de 10 metros cuadrados destinado a la carpa inflable tipo burbuja.

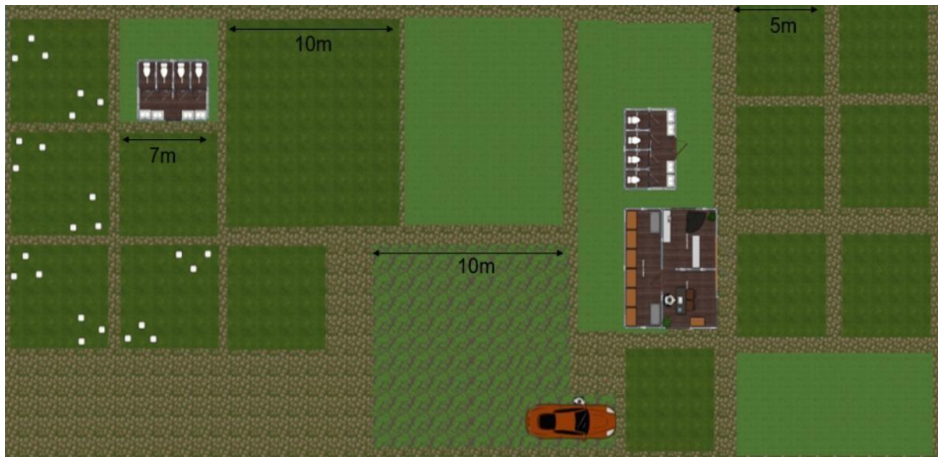
- **Área de carpas colgantes:** acondicionada con soportes que sirven de anclaje para las carpas, delimitadas en un área de 7 metros cuadrados para ubicar 2 carpas en cada espacio.
- **Área de bodega:** destinada al almacenamiento de los implementos de camping.
- **Área de fogatas:** espacios de medio metro cuadrado, acondicionados con ladrillos que permite realizar fogatas para evitar que esta se extienda y el calor se concentre, ubicadas en cada área de camping.
- **Área de asados:** espacios planos que permiten la instalación de un asadero que se le proveerá al cliente que desee adquirirlo.
- **Áreas de servicios higiénicos:** cabaña implementada con 2 baterías sanitarias para cada género, lavabo e implementos de aseo básico, necesarios para uso del turista.
- **Muelle:** hecho de madera que armonice con el ambiente y perdure a las características climáticas del lugar y no sea una especie amenazada. Permite la apreciación de la Laguna Caricocha.
- **Senderos:** permiten la llegada al atractivo y facilita el recorrido dentro del mismo, además garantiza la seguridad de los visitantes y de flora y fauna del lugar.
- **Señalética:** letreros que facilitan el tránsito del turista dentro del atractivo, letreros hechos en madera tratada que armonice con el entorno, perdure a las características climáticas del lugar y no sea una especie amenazada. Contiene información de atractivo, actividades, identificación de infraestructura, precaución, prohibición.

### **5.3.2 Diseño Planimétrico de la Planta**

En este apartado se presenta un plano con el diseño de las áreas de camping a implementar, la oficina y los servicios sanitarios. Los espacios de 5x5 metros están destinados a las carpas ancladas al piso a excepción de la de tipo burbuja inflable que se montara en las áreas de 10x10 ya que esta mide 6 metros de diámetro. En cambio, los espacios de 7x7 metros se adecuan con estructuras para sostener a las carpas colgantes, con capacidad de 2 carpas por área.

**Figura 5**

*Áreas de camping de "Dark-Sky Camp"*



Nota. Elaborado en Planner 5D

**Figura 6**

*Diseño de oficina y área de ventas*



**Figura 7**

*Diseño de zonas de carpas colgante*



### **5.3.3 Requerimientos por Áreas**

Se presenta los implementos requeridos para el funcionamiento de cada área una vez lista su construcción, más adelante se detallarán los precios por maquinarias, mano de obra y adquisición de recursos.



**Tabla 38***Requerimiento por áreas de "Dark-Sky Camp"*

<b>Área</b>	<b>Requerimiento</b>
Área de recepción	1 Escritorio
	1 Silla giratoria
	6 Sillas de espera
	1 Mueble archivador
	1 Basurero
	Laptop e impresora Hp
	Esferos (azul y negro)
	Resma de papel
	Botiquín de primeros auxilios
	Archivadores
Área de ventas	Grapadora, tijeras, goma
	Stand para víveres
	Cafetera
	Stand para vestimenta (bufandas, chompas, ponchos de agua, gorros y guantes de lana.
	Basurero
Are carpas ancladas al suelo	Césped y piedras para la delimitación
Are carpas colgantes	Madera de teca inmunizada para anclar las carpas
Área de bodega	Stand para ubicar los implementos de camping
	Material de mantenimiento
	Suministros de limpieza
Área de fogatas	Ladrillo y pala para adecuar un espacio de fogatas
Área de asados	Pala para aplanar un espacio destinado a un asadero
Área de servicios higiénicos	4 baterías sanitarias con sus respectivos lavabos, jabón líquido, alcohol antiséptico y toallas desechables
Muelle	Madera de teca inmunizada
Senderos	Ripio y piedra para adecuar los senderos
Señalética	Madera de teca
	Pintura

## 5.4 Inversiones y Capital de Trabajo

Son los recursos que necesita la empresa para iniciar con sus actividades, cubre requerimientos de materia prima, activos, mano de obra, insumos, etc. Los mismos deben estar disponibles para asumir gastos inmediatos de la empresa, relevante para la sostenibilidad del negocio. Así se obtiene el total de inversión requerido, para luego fijar el plan de financiamiento del proyecto en el que se requiere conocer la proveniencia del capital, respondiendo a la interrogante de cuanto corresponderá a capital propio y cuanto a préstamos.

### 5.4.1 Obra Civil Necesaria

Para implementar el servicio de camping en la Laguna Caricocha, se requiere de materiales de construcción para la adecuación de las diferentes áreas que conforman el servicio de “Dark-Sky Camp”. Además, se toma en cuenta la mano de obra necesaria, de allí se obtiene el costo de la obra civil, la cual se detalla a continuación:

**Tabla 39**

*Detalle de obra civil necesaria*

<b>Infraestructura</b>	<b>Materiales</b>	<b>Costo</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Total</b>
Parqueadero	Volqueta de tierra	30,00	Aplanadora	30,00/hora	60,00
Senderos	Piedra Ripio Azadones Carretillas		5 personas	75,00	75,00
Área de carpas colgantes	Madera de teca (soportes) Paja de páramo (techos)	400,00	5 personas	75,00	475,00
Área de carpas			Aplanadora	30,00/	60,00

ancladas al piso				hora	
Servicios higiénicos	Madera, Paja de páramo, Baterías sanitarias y Grifos	1065,00  360,00	Albañil	375,00	2340,00
Oficina y bodega	Madera Paja de páramo	2000,00	Albañil	375,00	2375,00
<b>Total</b>					<b>5385,00</b>

#### 5.4.2 Capital de Trabajo y Activos

El presente proyecto requiere un pequeño y limitado equipo de trabajo, por el hecho de tratarse de un emprendimiento que no oferta diversidad en servicios y el bajo costo de inversión. A continuación, se presenta el detalle del capital de trabajo y activos para la puesta en marcha del proyecto.

**Tabla 40**

*Capital de trabajo para Dark-Sky Camp*

CAPITAL DE TRABAJO							
CARGO	SALARIO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Gerente General	\$ 485	\$ 485	\$ 485	\$ 485	\$ 485	\$ 485	\$ 485
Secretaria	\$ 406	\$ 406	\$ 406	\$ 406	\$ 406	\$ 406	\$ 406
Guía	\$50 (por día)	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.091</b>	<b>\$ 1.091</b>	<b>\$ 1.091</b>	<b>\$ 1.091</b>	<b>\$ 1.091</b>	<b>\$ 1.091</b>

El detalle de los activos se realiza en base a los recursos necesarios para la ejecución de la empresa de servicio de camping. Para ello se requiere de ciertos bienes para construcción de infraestructura y adecuaciones, además

del mobiliario, implementos y equipos de oficina, implementos de camping y un vehículo para el traslado al Complejo Lacustre.

**Tabla 41**

*Detalle de activos de "Dark-Sky Camp"*

<b>DETALLE DE CUENTAS DE ACTIVOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Construcción</b>			
	Parqueadero		\$60,00
	Senderos		\$75,00
	Área de camping		\$535,00
	Servicios higiénicos		\$2.340,00
	Oficina y bodega		\$2.375,00
	<b>Total</b>		<b>\$5.385,00</b>
<b>Vehículos</b>			
1	Furgoneta Shineray X30		\$18.700,00
	<b>Total</b>		<b>\$18.700,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
1	Escritorio	\$150,00	\$150,00
1	Silla giratoria	\$45,00	\$45,00
2	Silla	\$12,00	\$24,00
1	Archivador	\$130,00	\$130,00
2	Mostrador	\$170,00	\$340,00
1	Cafetera	\$30,00	\$30,00
1	Basurero	\$3,50	\$3,50
	<b>Total</b>		<b>\$722,50</b>
<b>Implementos de camping</b>			
15	Carpa americana para 2	\$117,00	\$1.755,00
8	Carpa americana para 4	\$133,00	\$1.064,00
8	Carpa americana para 6	\$146,00	\$1.168,00
2	Carpa inflable de burbuja	\$1.784,64	\$3.569,28
8	Carpa tipi	\$248,00	\$1.984,00
8	Carpa "Tree tent"	\$560,00	\$4.480,00
8	Carpa "Tenstsile"	\$260,00	\$2.080,00
8	Carpa "Cocoon Tree"	\$430,00	\$3.440,00
20	Sleeping	\$30,00	\$600,00
20	Colchonetas	\$5,00	\$100,00

20	Cobija	\$5,00	\$100,00
20	Almohada	\$1,50	\$30,00
20	Ponchos de agua	\$5,00	\$100,00
20	Botas de caucho	\$15,00	\$300,00
1	Demás implementos	\$ 300,00	\$300,00
<b>Total</b>			<b>\$21.070,28</b>
<b>Implementos de oficina</b>			
3	Carpeta tipo archivador	\$2,50	\$7,50
1	Resma de papel bond	\$3,40	\$3,40
3	Esferos	\$0,35	\$1,05
1	Grapadora	\$0,75	\$0,75
2	Botiquín	\$15,00	\$30,00
2	Alcohol	\$1,50	\$3,00
1	Tijeras	\$0,45	\$0,45
2	Caja de curitas	\$3,30	\$6,60
1	Suministros de limpieza	\$20,00	\$20,00
1	Material de mantenimiento	\$50,00	\$50,00
<b>Total</b>			<b>\$117,25</b>
<b>Equipos de oficina</b>			
1	Laptop Hp	\$350,00	\$350,00
1	Impresora Hp	\$120,00	\$120,00
<b>Total</b>			<b>\$470,00</b>
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>\$46.465,03</b>

Nota. Obtenido de portales web que ofertan los activos establecidos

### 5.4.3 Total de Inversión

Para proveer al proyecto de las condiciones necesarias para su funcionamiento, se requiere de los activos fijos y corrientes presentados a continuación, los mismos que dan un total de \$50.153,22 representando la inversión inicial para el servicio de camping.

**Tabla 42**

*Cuentas de activos fijos*

<b>Activo Fijo</b>	
<b>Cuenta</b>	<b>Total</b>
Construcción	\$5.385,00
Vehículo	\$18.700,00
Muebles y Enseres	\$722,50

Implementos de Camping	\$21.070,28
Implementos de Oficina	\$117,25
Equipos de Oficina	\$470,00
<b>Total</b>	<b>\$46.465,03</b>

**Tabla 43**

*Cuentas de activos corrientes*

<b>Activo Corriente</b>	
<b>Cuenta</b>	<b>Total</b>
Caja	\$ 300,00
Bancos	\$ 2.788,19
Inventarios	\$ 600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 3.688,19</b>

#### **5.4.4 Plan de Financiación**

La inversión inicial del proyecto asciende a un total de \$ 50.153,22, de los cuales \$27.765 se aspira obtener de un crédito al Banco Pichincha a un interés del 11,23% con plazo a 60 meses, por lo que se pagará cuotas mensuales de \$606,87. El dinero restante, corresponde a \$22.388,22 perteneciente a capital propio representado en el vehículo y dinero en bancos.

**Tabla 44**

*Tabla de amortización*

<b>Plazo</b>	60
<b>Monto</b>	27.765
<b>Tasa anual</b>	11,23%
<b>Tasa mensual</b>	0,94%
<b>Pago mensual</b>	\$606,87

#### **5.5 Estructura Organizativa y Administrativa**

Definir la organización de una empresa resulta un proceso clave para alcanzar los objetivos propuestos, ayuda a gestionar el personal y sus

actividades, además, se presentan los lineamientos bajo los cuales “Dark-Sky Camp” llevara a cabo sus actividades con el fin de alcanzar el éxito de la misma.

### **5.5.1 Misión**

Brindar un servicio de alojamiento al aire libre de calidad, para el desarrollo turístico del cantón que se caracterice por transmitir una experiencia única de armonía con la naturaleza, comprometida con el cuidado y conservación del medio ambiente.

### **5.5.2 Visión**

En 5 años pretendemos ser una marca reconocida en el mercado turístico, brindando un servicio de camping personalizado, preferido por turistas nacionales y extranjeros que visitan la región norte del país.

### **5.5.3 Políticas**

Definir las políticas empresariales ayudará a gestionar de manera correcta la administración de “Dark-Sky Camp”. Regir las actividades mediante una serie de normas pone en manifiesto el compromiso y marco de actuación en la prestación de un servicio de calidad, para la construcción de relaciones a largo plazo. Para las mismas se considera la orientación hacia la calidad, protección medioambiental y seguridad, factores competentes que garantizan calidad para los clientes y la organización.

#### **5.5.3.1 Política de Calidad.**

- Cumplir con los servicios y productos ofertados al cliente, esforzándonos para superar las expectativas.
- Gestionar y controlar los procesos y actividades en la prestación de servicios
- Mejora continua de procesos
- Asignación eficaz de funciones y responsabilidades

- Negociación pensada en la comodidad y factibilidad del cliente
- Concienciar al personal sobre la importancia de un sistema de calidad
- Proveer de implementos e instrucciones de bioseguridad
- Desinfección de equipos y áreas compartidas
- Cumplir con requisitos legales
- Incrementar la satisfacción del cliente

#### **5.5.3.2 Política Medioambiental.**

- Contribuir a la protección del medio ambiente cumpliendo leyes y disposiciones referentes a ello
- Adecuada eliminación de desechos sólidos
- Concientizar a los turistas sobre el cuidado y protección del medio ambiente
- Delimitar senderos y señalética que guíen al turista, y así minimizar el impacto ambiental
- Plantear restricciones a los turistas

#### **5.5.3.3 Política de Seguridad y Salud.**

- Definir zonas seguras en caso de incidentes
- Evaluar periódicamente el estado de salud de los empleados
- Cumplir con la normativa legal del trabajador
- Disponibilidad de un botiquín de primeros auxilios en caso de emergencias
- Controles regulares de guardianía
- Los empleados cuentan con una radio de comunicación para informar cualquier anomalía

#### **5.5.3.4 Políticas Dirigidas al Turista.**

- En caso de reservas pagar por adelantado el 50% del servicio
- Reembolsos en caso de cancelación anticipada de 72 horas



- Encender fogatas solamente en áreas definidas
- Ubicar los desechos en los basureros
- Respetar los senderos
- No arrancar plantas de la zona
- No perseguir a los animales que habitan el Complejo Lacustre
- Seguir y respetar indicaciones de bioseguridad
- Presentación de documento de identificación y retiro al momento de devolución del equipamiento
- Cuidar de los implementos de camping (no prender fuego dentro de la carpa, no ingresar con zapatos sucios, no usar herramientas cortopunzantes en el manejo de los mismos)

#### **5.5.3.5 Políticas de Precios.**

- Los pagos se realizan en efectivo y transferencias bancarias en caso de reservas
- Una vez realizada la reserva se debe cancelar como mínimo el 50% del precio en las próximas 24 horas y el otro 50% lo podrá pagar en el lugar
- Los pagos realizados son reembolsables en caso de una cancelación anticipada con un mínimo de 24 horas, se entrega el 85% del pago, cobrándose un 15% por movilidad de equipos
- En caso de cancelaciones de último momento es decir con menos de 24 horas de anticipación no habrá devoluciones

#### **5.5.4 Valores**

Los valores permiten el adecuado desempeño de la empresa, que guían el comportamiento y las acciones de los empleados para cumplir con los objetivos de la organización. Encaminan el desarrollo, crecimiento y diferenciación en el servicio de camping de “Dark-Sky Camp”, los mismos que se describen a continuación:

- **Profesionalismo:** operamos con transparencia, responsabilidad y honestidad, manteniendo un compromiso con el cliente y cumpliendo nuestra normativa interna.

- **Actitud de servicio:** cumplimos con nuestros compromisos, responsabilidades y rendimiento de nuestras acciones, basándose en el acompañamiento de nuestro equipo de trabajo.
- **Colaboración:** mantenemos alianzas con nuestros proveedores para mejorar la calidad de nuestros servicios.
- **Comunicación:** mantenemos la comunicación entre los miembros de la organización y especialmente con el cliente, a fin de lograr la satisfacción de nuestros clientes.
- **Responsabilidad social:** contribuimos en la práctica de un turismo sostenible, mejoramiento social y económico de la localidad para mejorar el desempeño competitivo.
- **Innovación y mejora continua:** ofrecemos modelos de carpas en tendencia dentro del mercado para brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.
- **Pasión:** entusiasmados en el servicio que brindamos a aquellas personas que disfrutan el contacto con la naturaleza.

### 5.5.5 Imagen Corporativa

**Figura 8**

Logotipo de “Dark-Sky Camp”



# Let's get lost

El logo del proyecto está compuesto por un símbolo fácil de reconocer como lo es una tienda de camping, que es el servicio estrella a ofertar, en el mismo se ve reflejado el firmamento de una noche estrellada con luna llena en

referencia al servicio complementario de astro turismo. Finalmente, el nombre “Dark-Sky Camp” que se traduce en campamento cielo oscuro, hace mención al paisaje en su estado natural, libre de contaminación lumínica. Trabaja bajo el slogan “Let’s get lost” que significa vamos a perdernos, invitando al turista a vivir una nueva aventura.

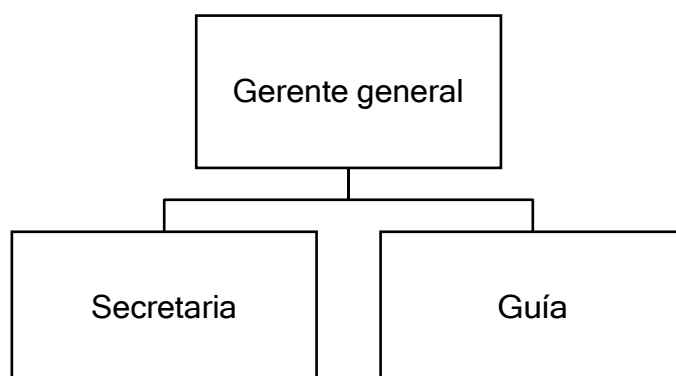
### **5.5.6 Organigrama**

Constituir la estructura organizacional de “Dark-Sky Camp” permite establecer la cantidad de personas que conforman el emprendimiento, así mismo, permite definir las responsabilidades de cada uno de ellos. Da a conocer información clave para coordinar las actividades del negocio.

El presente emprendimiento está compuesto por tres miembros, ya que es un emprendimiento de poca inversión. A continuación, se esquematiza la organización del proyecto.

**Figura 9**


*Estructura organizacional de Dark-Sky Camp*



### 5.5.7 Manual de Funciones

**Tabla 45**

*Manual de funciones del Gerente General*

<b>Dark-Sky Camp</b>		
<b>Manual de funciones</b>		
<b>Identificación del cargo</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente general	
<b>Objetivo principal:</b>	Planificar, dirigir, controlar, coordinar, analizar el trabajo de la empresa.	
<b>Perfil del cargo</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en herramientas básicas de planificación</li> <li>• Procedimientos básicos administrativos</li> <li>• Técnicas de negociación y administración de contratos</li> <li>• Vocabulario técnico de turismo</li> <li>• Conocimiento básico de sistemas informáticos</li> <li>• Técnicas de liderazgo</li> <li>• Conocimiento sobre comercio electrónico</li> <li>• Toma de decisiones para solucionar conflictos y situaciones críticas</li> <li>• Facilidad de comunicación</li> <li>• Análisis del comportamiento humano</li> <li>• Innovador</li> </ul>		
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir a la empresa, mediante una apropiada toma de decisiones</li> <li>• Planificar los objetivos a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>• Establecer la estructura de la empresa, así mismo las funciones y cargos.</li> <li>• Controlar el cumplimiento de actividades previamente planificadas</li> <li>• Coordinar el proceso de compras, mantenimiento de instalaciones y equipamiento</li> <li>• Crear y mantener alianzas estratégicas pertinentes para el crecimiento de la empresa</li> <li>• Analizar los principales problemas de la empresa Atención de llamadas, revisión de correos y redes sociales para información al cliente</li> <li>• Registro de reservaciones</li> <li>• Manejo de publicidad en redes sociales</li> </ul>		

<b>Jornada de trabajo</b>
Miércoles a domingo en horarios de 09:00 a 17:00


Nota. Adaptado de los requisitos de competencia laboral de servicios turísticos establecidos por las normas INEN

**Tabla 46**

*Manual de funciones de la secretaria*

<b>Dark-Sky Camp</b>	
<b>Manual de funciones</b>	
<b>Identificación del cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	Secretaria
<b>Objetivo principal:</b>	Brindar un servicio personalizado de información turística y otros servicios requeridos en el Complejo Lacustre Mojanda.
<b>Perfil del cargo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contabilidad básica</li> <li>• Proceso de registro del turista</li> <li>• Vocabulario técnico de turismo</li> <li>• Habilidades en ventas</li> <li>• Facilidad de comunicación</li> <li>• Técnicas de servicio al cliente</li> <li>• Dominar el idioma inglés</li> </ul>	
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de documentos</li> <li>• Brindar información de la oferta de "Dark-Sky Camp"</li> <li>• Recepción del turista</li> <li>• Proceso de venta y alquiler de productos que oferta la empresa</li> <li>• Manejo de pagos</li> </ul>	
<b>Jornada de trabajo</b>	
Miércoles a domingo en horarios de 09:00 a 17:00	

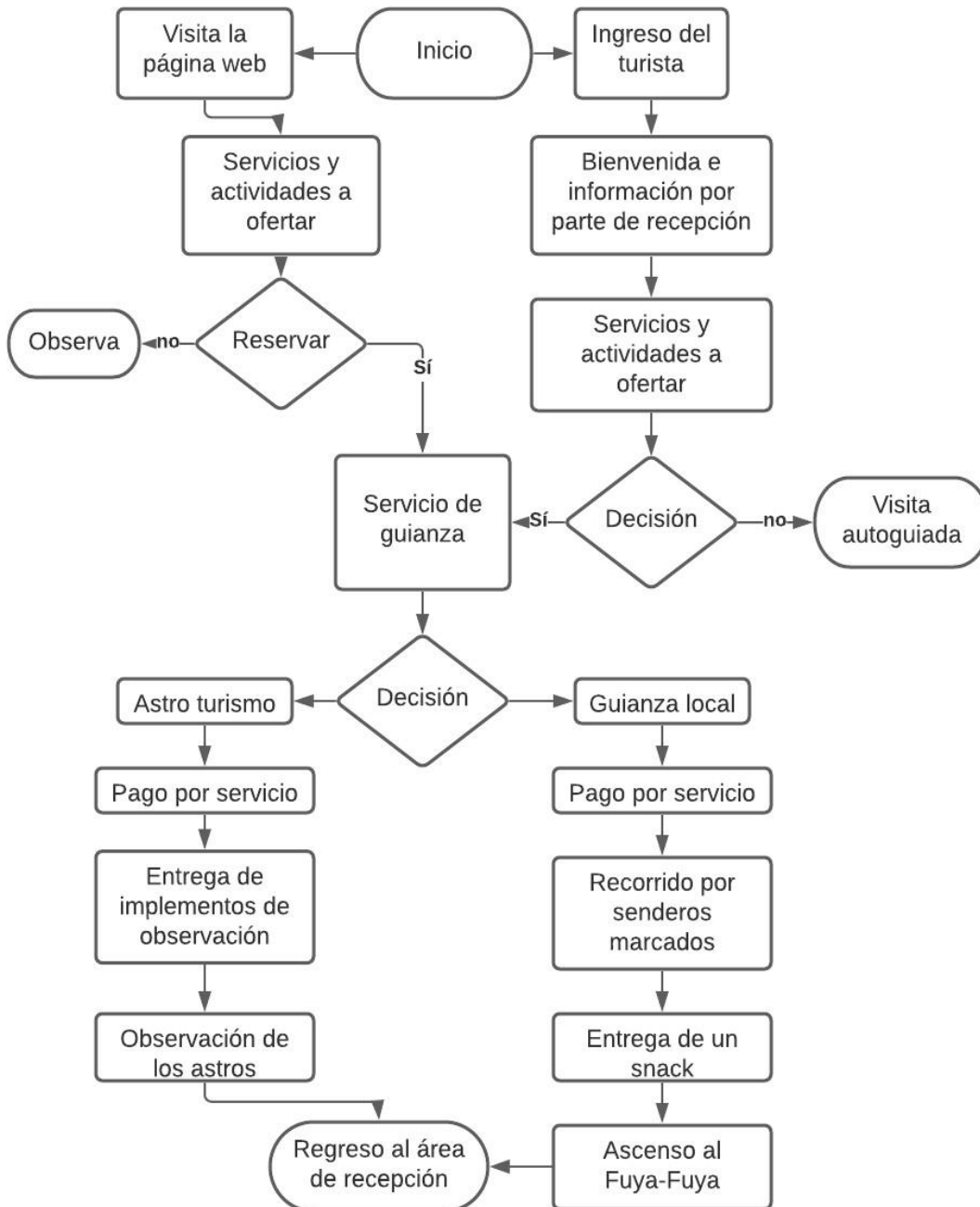
**Tabla 47***Manual de funciones del guía*

<b>Dark-Sky Camp</b>		
<b>Manual de funciones</b>		
<b>Identificación del cargo</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	Guía	
<b>Objetivo principal:</b>	Conducir al turista en el atractivo, facilitar el contacto con la naturaleza y brindar información técnica especializada en astro turismo.	
<b>Perfil del cargo</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento sobre astro turismo, aspectos de flora, fauna y datos vinculados al atractivo</li> <li>• Facilidad de comunicación</li> <li>• Vocabulario técnico de turismo</li> <li>• Manejo y capacidad para guiar grupos</li> <li>• Dominio de otra lengua extranjera</li> <li>• Conocimiento sobre montaje de campamentos</li> <li>• Conocimiento primeros auxilios básicos</li> <li>• Licencia para conducir</li> </ul>		
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de turistas</li> <li>• Definir rutas y trayectos</li> <li>• Proveer información y asistencia al turista</li> <li>• Verificar y disponer de materiales y equipos necesarios</li> <li>• Promover la integración con la naturaleza</li> <li>• Informar sobre cultura, flora, fauna, clima, particularidades y curiosidades del atractivo</li> <li>• Informar sobre lo que se puede apreciar en el firmamento</li> <li>• Velar por el bienestar del turista</li> <li>• Informar sobre el estado del equipamiento de camping</li> <li>• Inspeccionar la condición de los equipos</li> </ul>		
<b>Jornada de trabajo</b>		
Miércoles a domingo en horarios previamente informados, según el requerimiento de sus servicios		

### 5.5.8 Flujograma de Actividades

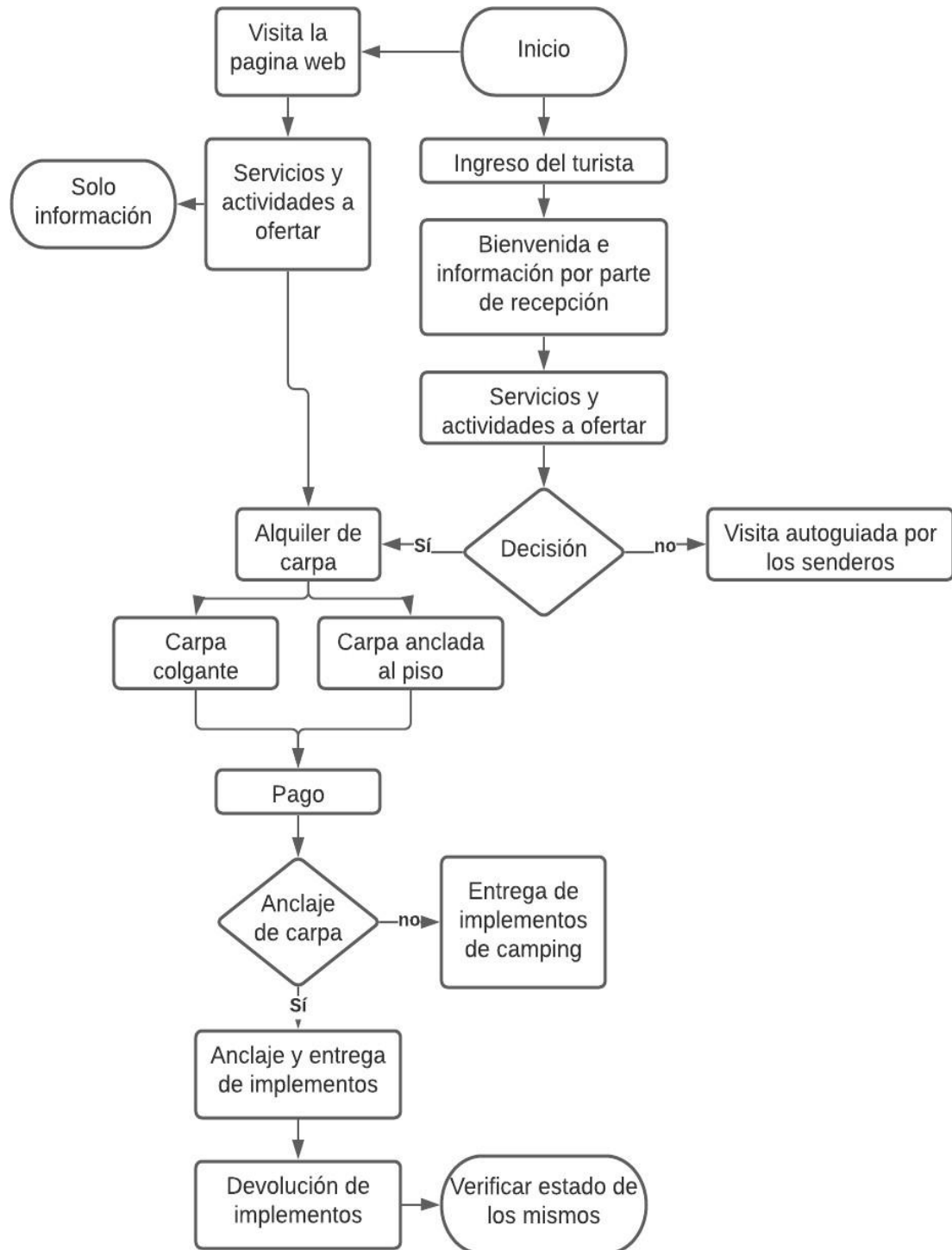
Figura 10

Servicio de guianza



**Figura 11**

*Servicio de camping*





### **5.5.9 Descripción del Diagrama de Flujo**

**5.5.9.1 Servicio de Guianza.** El turista adquiere el servicio de guianza mediante reserva por la página web o directamente en el atractivo. Ingresa al Complejo Lacustre Mojanda, enseguida la secretaria que se encuentra en recepción procede a dar la bienvenida e informar sobre actividades y servicios que se ofertan incluyendo precios de cada uno de ellos. En el caso de adquirir guianza por los alrededores, se informa que incluye. El cliente paga el total del servicio y procede a realizar la actividad, que consiste en un recorrido por los senderos marcados brindando información general del lugar, luego se hace la entrega de un snack como granola o dulces para preparar al turista a escalar el Fuya-Fuya. Como segunda opción se oferta astro-turismo, se informa en que consiste, el cliente paga por el servicio y se hace la entrega de un planisferio celeste y una linterna de cabeza para dirigirse al punto de observación y se provee de información sobre los astros. Acabada la guianza regresan a la oficina de recepción en donde se despide el turista.

**5.5.9.2 Servicio de Camping.** El turista visita la página web para realizar una reserva o adquiere el servicio directamente en el Complejo Lacustre Mojanda, enseguida la secretaria que se encuentra en recepción procede a dar la bienvenida, que actividades y servicios se ofertan incluyendo precios de cada uno de ellos. Se presenta un catálogo con las tipologías de carpas disponibles. Una vez elegida la carpa de preferencia y decidir si desea incluir la instalación, se procede a cobrar y finalmente se hace la entrega de los implementos de camping requeridos. Al día siguiente se recepta el equipo a la hora indicada, verificando el estado de entrega.

## **5.6 Constitución Legal de la Empresa y Propiedad Intelectual**

Al ubicarse el proyecto dentro de un espacio público y en vinculación con el GAD, no se requiere solicitar ningún permiso extra de funcionamiento, ya que los Gobiernos Autónomos Descentralizados tienen facultades para el desarrollo turístico de cada uno de sus atractivos. Esto se ve reflejado en el

Decreto N° 318 (2016), en el que se considera “el desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, y con sujeción a la normativa nacional vigente” (p.17). Le da la atribución de dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos.

El Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas en el registro oficial No. 672 (2016), establece en el artículo 21. Las actividades de uso público y turismo en cada una de las áreas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE fomentarán:

1. El turismo sostenible;
2. La planificación, ejecución y control de las modalidades de operación turística y actividades turísticas permitidas;
3. La investigación y gestión de proyectos sostenibles;
4. La recuperación de áreas ecológicamente afectadas;
5. La capacitación y educación ambiental;
6. El acceso a información veraz y oportuna;
7. La difusión respecto de la importancia de conservar los recursos naturales y culturales, la diversidad biológica y los servicios ambientales que presta el área protegida;
8. La participación y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población local; y,
9. La calidad en el servicio. (p.7)

Además, en el artículo 25, otorga al guarda parques, la facultad de manejo y administración de las áreas en protección de los usuarios de servicios turísticos y suspender el desarrollo de una actividad turística en curso si lo cree conveniente.

## CAPÍTULO VI

### 6. Plan de Comercialización y Marketing

#### 6.1 Nombre Comercial de la Empresa



El servicio de camping se comercializará bajo el nombre “Dark-Sky Camp”, el cual ha sido previamente establecido. Dicho nombre junto al logo y slogan presentados anteriormente se visualizará en los diferentes medios de publicidad y campañas destinadas a ofertar el servicio. La misma que se espera sea reconocida a nivel nacional por su componente diferencial.

#### 6.2 Canales de Distribución

Para comercializar el servicio es necesario determinar los medios de distribución a utilizar, pues estos permitirán llevar el mismo hasta el consumidor final, además ayuda en la optimización de recursos en cuanto a publicidad, para ello a continuación se presentan los canales establecidos para el presente proyecto.

##### 6.2.1 Canal Directo

El canal directo se caracteriza por comercializar el servicio entre productor y consumidor final. Canal establecido por el hecho de que la mayoría de turistas que visitan las Lagunas de Mojanda lo hacen de manera independiente sea por búsquedas en internet o por recomendación de amigos o familiares. Es así, que el turista puede adquirir el servicio a través de la página web de “Dark-Sky Camp” en donde se facilita las reservas y pagos mediante tarjetas de crédito o transferencias. Mediante las redes sociales

oficiales el turista se puede informar sobre el destino y sus promociones, que a su vez hace de medio de comunicación entre prestador de servicio y cliente. No obstante, el servicio lo pueden adquirir directamente en la oficina ubicada al ingreso de la Laguna Caricocha.

Además, el GAD de Pedro Moncayo mantiene una alianza con Dk Management Services operador de principales centros comerciales de la ciudad de Quito, el mismo que colabora con la promoción turística del cantón, esencial para la difusión de los servicios de “Dark-Sky Camp”.

## Figura 12

*Canal directo de distribución del servicio de camping*



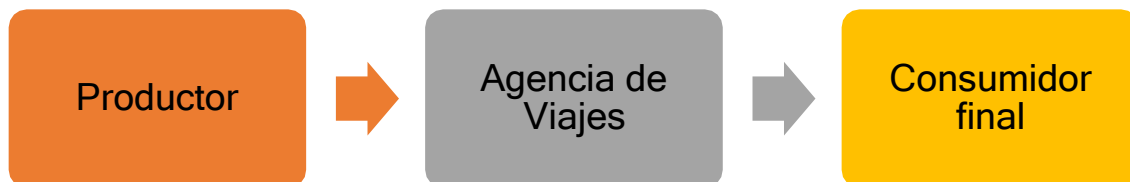
### 6.2.2 Canal Indirecto

Canal que hace uso de intermediarios para llegar al consumidor final, se pretende entonces, trabajar bajo convenios comerciales con agencias de viajes ubicadas en la ciudad de Quito, punto que concentra gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros. Además, por el hecho de que cuando el turista extranjero contrata un viaje programado lo hace mediante agencias de viajes.

Las agencias con las que se establecerán alianzas son: Ecomontes Tour, Explorer tour y Firentur, encargadas de ofrecer el servicio de camping, de manera personal o a través de sus páginas web en donde el cliente podrá adquirir el paquete que desee mediante los medios de pago establecidos en la misma. Esta nos informa sobre el servicio vendido con sus características y fecha de llegada programada para separar la reserva y realizar los preparativos de bienvenida.

**Figura 13**

*Canal indirecto de distribución del servicio de camping*



### **6.3 Publicidad**

Generar publicidad del servicio es la base para alcanzar el reconocimiento y nivel de ventas esperado, busca cumplir con los objetivos de la empresa. La publicidad y promoción se realiza con apoyo del GAD cantonal y agencias de viajes con las que se tenga alianzas, y de esta manera alcanzar una mayor difusión del atractivo y sus servicios.

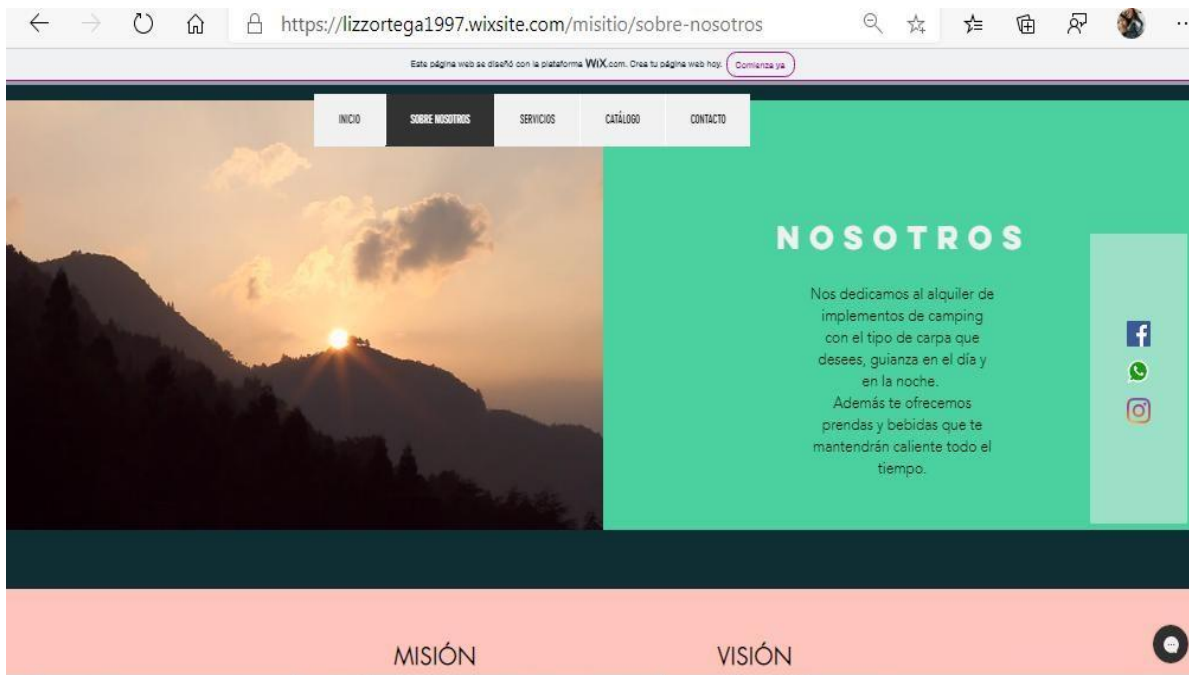
Para la difusión del Complejo Lacustre y el servicio de camping, se establece la siguiente publicidad:

#### **a) Página web**

Es una herramienta de gran alcance ya que quien tenga acceso a internet podrá visitar la página, en ella se plasma información de la empresa y los servicios que esta ofrece, diseñada con multimedia que atraiga la atención del cliente y vinculada al link de la página del GAD en donde podrán obtener mayor información del atractivo y del cantón. Tal como se muestra en la siguiente imagen o visita la página con el siguiente link: <https://lizzortega1997.wixsite.com/misitio>

**Figura 14**

*Página web de Dark-Sky Camp*

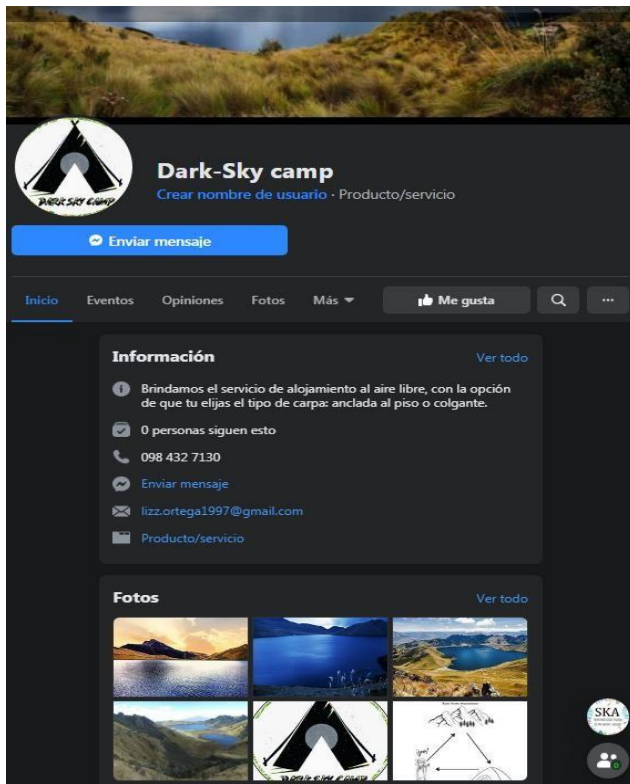


**b) Redes sociales**

Actualmente el uso de redes sociales es más frecuente, y entre las más usadas se encuentran Facebook e Instagram, convirtiéndose en fuertes herramientas de difusión, debido a que gran parte de personas alrededor del mundo tiene una y a través de ella se informa de lugares para visitar. Razón por la que se crea plataformas para comunicar a los seguidores sobre promociones, ofertas, y demás publicidad y como principal contacto para mayores inquietudes y reservas se cuenta con WhatsApp.

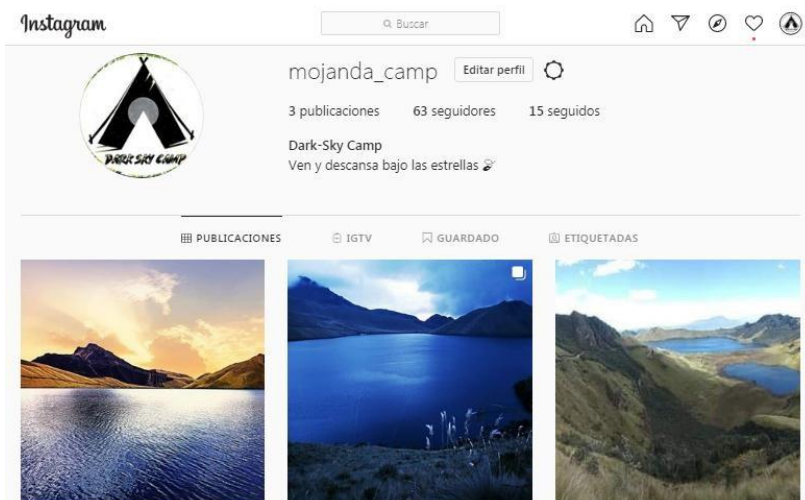
**Figura 15**

*Cuenta en Facebook de Dark-Sky Camp*



**Figura 16**

*Cuenta en Instagram de Dark-Sky Camp*



### c) Mensajes o e-mail

Se posee una base de registro en la página web en donde los clientes ingresan su correo y número telefónico si desean recibir información actualizada sobre ofertas y nuevas actualizaciones de “Dark-Sky Camp”. Se envían entonces correos y mensajes masivos a los clientes de nuestra base de datos, en el mensaje se incluye información de los servicios con un botón que re direcciona a un nuevo link para mayor información. Como primer mensaje destinado a nuestros primeros contactos, con información del servicio, el que se presenta a continuación:

**Figura 17**

*Formato de e-mail de Dark-Sky Camp*



### d) Radio

Se establece un mensaje que será emitido en horarios de la tarde por la emisora Exa FM, puesto que esta es escuchada por un segmento juvenil, el mismo que busca aventurarse en una nueva experiencia y más si esta lo lleva al contacto con la naturaleza, el mensaje definido se presenta a continuación:



¿Buscas una nueva aventura? Pedro Moncayo te tiene la solución más cerca de lo que imaginabas. Ven a las Lagunas de Mojanda y duerme bajo las estrellas en una carpa colgante o una transparente y además conoce el universo y sus mitos con tan solo alzar la vista al cielo estrellado. Haz tus reservas a través de redes sociales, nos encontraras como Dark-Sky Camp o contáctanos al teléfono 0984327130.

### e) Publicidad impresa

Son una imagen del atractivo plasmada en una tarjeta de recuerdo que se proveerá al turista que visite el lugar. Imágenes plasmadas en los siguientes formatos:

#### Figura 18

Postales de Dark-Sky Camp



Figura 19

Posters de Dark-Sky Camp



Figura 20

Flyer de Dark-Sky Camp

Precios desde \$9,00

DARK-SKY CAMP

LET'S GET LOST

UBICACIÓN | LAGUNAS DE MOJANDA

REDES: MOJANDA\_CAMP  
TEL: 0984327130  
HTTPS://LIZZORTEGA1997.WIXSITE.COM/MISITIO

¡DUERME BAJO LAS ESTRELLAS!  
¡Aventurate con nosotros!

Te ofrecemos  
Acampar en carpas ancladas al piso  
Acampar en carpas colgantes  
Astro turismo  
Guianza por senderos

Visítanos en las Lagunas de Mojanda  
Contacta con nosotros por teléfono al 0984327130  
o mediante nuestra página web  
https://lizzortega1997.wixsite.com/misitio

**Figura 21**

*Afiche de Dark-Sky Camp*



**Figura 22**

*Tarjeta de presentación de Dark-Sky Camp*



**Figura 23**

*Tríptico de Dark-Sky Camp*



## 6.4 Cálculo del valor

La publicidad propuesta genera gastos que son definidos a continuación, se basa en los precios establecidos por la imprenta marcaprint.

**Tabla 48**

*Costos de publicidad de Dark-Sky Camp*

<b>Material publicitario</b>	<b>Características</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo Total</b>
Página web	La página de internet según el diseño del Gráfico #14	1	300,00
Redes sociales	Los de las páginas de internet según el diseño del Grafico #15-16	1	15,00
Postales	Las postales serán impresas en formato A6 (10,5 x 14,8 cm) en los 3 modelos descritos en el Gráfico#18	250	48,00
Posters	Los posters serán impresos a full color en formato A2 (42 x 54,9 cm) en los 3 modelos propuestos en el Gráfico #19	250	64,00
Flyer	El flyer será impreso a full color en formato A5, según el modelo del Gráfico #20	250	30,00
Afiche	El afiche será impreso según el modelo del Gráfico #21, full color en formatos A3.	200	250,00
Tarjeta de presentación	Las tarjetas serán impresas en tamaño de 8,5 cm x 5cm. según las especificaciones del Gráfico #22, a full color.	500	30,00
Banner	Será impreso a full color con impresión al frente con medidas de 80 x 200cm con los modelos propuestos	3	164,19
Tríptico	El tríptico será impreso a full color en tamaño A6 cerrado (10,6 x14,8 cm) Gráfico #23	250	55,00
<b>Total</b>			<b>956,19</b>

## **6.5 Ampliación de Gama**

Dentro de la planificación, considerando que luego de mínimo un año de funcionamiento y conociendo las principales debilidades y fortalezas del servicio, se propone una ampliación de gama. Se considera la adquisición de más tipologías de carpas especialmente que varíen por su forma con la intención de atraer el interés de un nuevo nicho de mercado, además se puede incluir la venta de suvenires como recuerdo de la nueva experiencia dentro del Complejo Lacustre.

El servicio de astro turismo también mejorara con la adquisición de nuevos implementos que optimicen la observación de los astros, como puede ser el uso de prismáticos para mayor facilidad de reconocimiento de lo que se visualice en el firmamento, lo que a su vez llamara a más turistas a conocer la belleza paisajística del atractivo.

## **6.6 Investigación y Análisis de las Estrategias y Métodos de Mercadeo más Apropriadas a Utilizar**

Es fundamental establecer estrategias de marketing, para obtener un claro panorama de oportunidades y amenazas existentes en el mercado, lo que optimiza dinero, tiempo y esfuerzos, generando así una mayor productividad. Dando dirección a los objetivos planteados para una adecuada toma de decisiones, las mismas que logran posicionar la marca en la mente del cliente y principalmente se conseguirá su fidelización. A continuación, se presentan los métodos de mercadeo a utilizar:

### **6.6.1 *Marketing Digital***

En la actualidad el medio de información más utilizado para planeación de viajes es el internet, se sabe que gran porcentaje de la población posee un Smartphone y especialmente tiene una cuenta en alguna red social.

La publicidad en internet es el principal método de promover el servicio de camping, a través de páginas web y cuentas en redes sociales como ya se mostró anteriormente, además, permite enviar e-mails con información actualizada del lugar, promociones y ofertas. Mismos que ayudan a relacionarse con los clientes y vender el servicio de camping, también facilitan un seguimiento estadístico de quienes han visitado las páginas digitales, lo que permite una visualización de posicionamiento ante la competencia.

### **6.6.2 *Marketing de Participación***

Consiste en socializar con el cliente, para así lograr reconocimiento. Es aprovechar a los clientes potenciales, es decir a seguidores, radica en comentar y reaccionar a sus actividades de manera que conozcan la marca y, además, se sientan cercanos e importantes para la empresa. Interactuar constantemente con el cliente hará que la marca se posicione en sus mentes consiguiendo de esta manera su fidelización.

En cada visita que tenga el atractivo y adquisición de servicios se tomaran fotos del grupo y actividades que se realizaron, luego se postearan y etiquetaran a los clientes que sean seguidores, también se invitará al turista a comentar en ellas sobre la experiencia vivida.

### **6.6.3 *Marketing de Fidelización***

Enfocar esfuerzos en mantener un cliente, mediante promociones, ofertas, regalos o descuentos, resulta primordial, y para establecerlas antes se debe conocer sobre sus gustos, preferencias, opiniones, etc. Como herramientas para mantener feliz al cliente se cuenta con plataformas web como Facebook e Instagram, mediante las cuales se lanza este tipo de marketing.

Estas promociones y ofertas se dirigen hacia nuestros seguidores, lanzándose en fechas especiales. Se establece el público a fidelizar mediante

el seguimiento estadístico de quienes visitan nuestras páginas, reacciona a publicaciones y se registran a nuestra base de datos.

#### **6.6.4 Marketing de Recomendación**

Conocida como publicidad de “boca a boca”, producido en beneficio de la marca por parte de clientes satisfechos con el servicio adquirido, practicado mayormente a través de redes sociales por la capacidad de difusión. Es así que resulta crucial identificar a ese tipo de cliente que puede convertirse en el mejor difusor de la marca. Mediante el seguimiento constante de los mismos resulta más fácil hacerlo y así apuntar la publicidad hacia las redes sociales en donde ellos podrán postear sus buenas opiniones de la experiencia y de la misma manera compartirla con su círculo cercano.

#### **6.6.5 Marketing en Páginas Oficiales del GAD Cantonal**

El proyecto se realiza en vinculación con el GAD cantonal, por el hecho de ubicarse en un área pública, es así que la publicidad generada se puede publicar a través de la página oficial de turismo del GAD. Asimismo, la publicidad impresa será facilitada en la oficina de turismo, con su apoyo se alcanzará mayor cobertura.

#### **6.6.6 Marketing Sustentable**

El servicio de camping por si solo es de bajo impacto ambiental, puesto que no hace uso de gran cantidad de recursos. Lo que se busca es reflejar ello en las campañas publicitarias, de manera que el cliente visualice el ambiente puro en el cual se desarrolla la actividad, y como ellos pueden aportar es su cuidado. Por esta razón se utiliza el color verde en el nombre comercial de la empresa y el logotipo, ambos reflejan la naturaleza y una manera de disfrutar de ella mediante una actividad sustentable.

### **6.6.7 Marketing a través de Influencers**

Estrategia muy usada actualmente, que consiste en lograr alianzas de colaboración entre la marca de la empresa con una persona influyente en el internet y sobre todo en las redes sociales. Personas con miles de suscriptores, ideales para hacer llegar un mensaje al público objetivo.

Primero se identifica al influencer que tiene captado al público al cual está dirigido el servicio de camping, se genera un vínculo con él y se facilita un fam trip a fin de que transmita la experiencia de la actividad por medio de sus canales. Esto ayudara a que la marca gane popularidad y por ende las ventas suban.

### **6.6.8 Patrocinios**

Una estrategia planteada a futuro y muy utilizada hoy en día, consiste en destinar un porcentaje de presupuesto hacia eventos realizados principalmente a nivel cantonal. Se identifica las principales celebraciones en las que posiblemente hará presencia el establecido segmento de mercado y con el patrocinio se consigue que presentadores del evento hagan mención de los servicios y ubicación de “Dark-Sky Camp”.



## CAPÍTULO VII

### 7. Estudio Ambiental

#### 7.1 Título

Estudio de Impacto ambiental realizado en la fase de construcción y operación del servicio de camping en la Laguna Caricocha, cantón Pedro Moncayo, aplicado a la Matriz de Leopold.

#### 7.2 Diagnóstico del Lugar

El Complejo Lacustre Mojanda se encuentra ubicado entre las provincias Pichincha e Imbabura, ocupa el caldero del cráter ya extinto volcán Mojanda, el clima de esta zona es frío con variaciones térmicas de 10 a 15°C y varía según el paso de las horas del día, en la noche puede llegar a temperaturas de 5 grados bajo cero.

Posee lagunas como: “Caricocha o Lago Hombre, que tiene un perímetro de 7.7 Km y una superficie de 271 hectáreas; Huarmicocha o Lago Mujer, que posee un perímetro de 1.37 Km y la superficie de 11.4 hectáreas; y Yanacocha o Laguna Negra, con un perímetro de 0.37 Km y una superficie de 1.07 hectáreas. (Granada, 2018, p. 29)

Dentro de la zona administrada por el cantón Pedro Moncayo se encuentra la Laguna Caricocha, lugar en el que existen facilidades turísticas como cafetería, baterías sanitarias, áreas BBQ y de fogata, además dispone de áreas de camping que no han logrado gran acogida, entonces con el propósito de contrarrestar la baja tasa de pernoctaciones al aire libre lo que se propone son zonas estratégicas para ubicar una variada tipología de carpas y además facilitar los implementos para realizar la actividad.

Al implementarse zonas de camping, se requiere de adecuaciones y construcciones extras que complementen la oferta, entre ellas se implementará un área de oficina, bodega, servicio sanitario, muelle y áreas de fogatas, ello se pretende dentro de un área de conservación, por esta razón y a fin de

desarrollar actividades de turismo bajo principios de sostenibilidad se plantea el presenta estudio ambiental. Con la finalidad de establecer alternativas de mitigación que ayudaran en la toma de decisiones para un adecuado manejo turístico del atractivo.

### **7.3 Objetivos**

#### **7.3.1 Objetivo General**

Efectuar un estudio de impacto ambiental generado en las etapas de construcción y operación del servicio de camping en la Laguna Caricocha, cantón Pedro Moncayo, Pichincha, aplicando la Matriz de Leopold.

#### **7.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los impactos ambientales positivos y negativos que se generan en las etapas de construcción y operación del servicio de camping en la Laguna Caricocha.
- Desarrollar la Matriz de Leopold para la valoración de los impactos ambientales generados en las etapas de construcción y operación del servicio de camping.
- Establecer medidas mitigadoras ante los impactos ambientales identificados.

### **7.4 Describir las Acciones del Emprendimiento**

A continuación, se describen las actividades a desarrollarse en las etapas de construcción y operación de los servicios de camping y los impactos positivos y negativos que generan las mismas en las diferentes áreas a implementarse.

**Tabla 49**

*Acciones del servicio de camping en la etapa de construcción*

<b>Etapa de construcción</b>			
<b>Acciones del emprendimiento</b>	<b>Impactos ambientales</b>		<b>Descripción del Impacto</b>
	<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>	
<b>Contratación del personal</b>	Generación de empleo	Generación de residuos	Personal para la construcción y adecuaciones
<b>Implementación de zonas de camping</b>	Áreas de pernoctación al aire libre Diversificar la oferta Generación de empleo	Remoción del suelo Erosión del suelo Perturbación de especies Generación de residuos Contaminación visual Pérdida de cobertura vegetal	Se construyen zonas dedicadas a la ubicación de carpas
<b>Instalaciones sanitarias</b>	Generación de empleo Facilidades para el turista	Generación de residuos Generación de ruido Remoción de suelos Pérdida de cobertura vegetal	Construcción de instalaciones sanitarias para uso del turista
<b>Adecuación de zona de parqueadero</b>	Generación de empleo Espacios delimitados	Generación de residuos Generación de ruidos Vibraciones	Se adecua el parqueadero para una mejor ubicación de auto de los turistas
<b>Instalación de recepción</b>	Generación de empleo Facilidad de información turística	Generación de residuos Generación de ruidos Vibraciones	Oficina de recepción y entrega de información y servicios adquiridos
<b>Área de fogatas</b>	Delimitación estratégica	Inadecuada instalación de fogatas Perturbación de especies Generación de	Áreas de fogata destinada a quienes pernoctan

<b>Muelle</b>	Generación de empleo Disfrute visual	ruidos Contaminación hídrica Generación de residuos	Construcción de un muelle para mejor disfrute del turista
<b>Uso de maquinaria</b>	Generación de empleo Mejoras en el atractivo	Remoción del suelo Ruidos y vibraciones Desgaste del suelo	Maquinaria para el transporte de material de construcción

**Tabla 50**

*Acciones del servicio de camping en la etapa de operación*

<b>Etapa de operación</b>			
<b>Acciones del emprendimiento o</b>	<b>Impactos ambientales</b>		<b>Descripción del Impacto</b>
	<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>	
<b>Ingreso de vehículos</b>	Ingreso de turistas	Erosión del suelo Generación de gases efecto invernadero Generación de ruidos	Posee un parqueadero delimitado y señalizado
<b>Movilidad por senderos</b>	Senderos delimitados Señalización pertinente	Erosión del suelo Generación de residuos Perturbación de especies	Se cuenta con senderos señalizados que facilitan el auto guianza en el atractivo.
<b>Reciclaje de residuos sólidos</b>	Minimiza la contaminación en el atractivo	Incorrecto manejo de residuos Malos olores Contaminación visual	Se coloca estratégicamente los botes de basura, clasificados por color según el tipo de desecho
<b>Servicio de camping</b>	Generación de empleo Posicionamiento	Erosión del suelo Generación de desechos	Se cuenta con zonas de camping dedicadas a la

	del atractivo Delimitación de áreas	Perturbación de especies Generación de ruidos	pernoctación
<b>Servicio de guianza</b>	Generación de empleo Dinamización económica Posicionamiento del atractivo	Perturbación de especies Erosión del suelo Generación de ruidos	Se cuenta con un guía especializado en astro turismo
<b>Recreación</b>	Generación de ingresos económicos	Generación de desechos Perturbación de especies Contaminación del aire Erosión del suelo Extracción de flora	Demás actividades dentro de las instalaciones, en los asaderos, fogatas
<b>Servicio de alimentación</b>	Generación de empleo Aprovechamiento de productos locales Difusión de gastronomía nacional	Generación de desechos Contaminación del agua Incorrecta disposición de desechos	Se cuenta con el servicio de alimentación ocasional para quienes adquieren un full Day
<b>Instalaciones sanitarias</b>	Facilidad para los turistas	Incorrecta disposición de residuos	Se cuenta con dos aras de baterías sanitarias para uso de turistas Se pone a disposición un área para adquisidor de víveres y vestimenta
<b>Stand de víveres y vestimenta</b>	Generación de empleo Difusión de prendas realizadas en el sector	Generación de desechos	
<b>Mantenimiento</b>	Calidad del servicio	Remoción de suelo Perturbación de especies	Se contrata el servicio de mantenimiento ocasional para las diferentes áreas

<b>Generación de aguas residuales</b>	Tratamiento de aguas residuales Menor carga de materia orgánica en aguas subterráneas	Erróneo proceso de drenaje Contaminación del agua	Producto del funcionamiento de baterías sanitarias
<b>Consumo de agua</b>	Satisfacción del turista	Consumo innecesario de agua	Se genera con el uso de los baños y lavabos para diferentes usos

## 7.5 Determinar los Factores Ambientales a Interrelacionar en la EIA

**Tabla 51**

*Factores de incidencia con el servicio de camping*

<b>Medio</b>	<b>Componente</b>
Factor Biofísico	Aire
	Agua
	Suelo
Factor Biótico	Flora
	Fauna
	Paisaje
Factor Cultural	Recreación
	Facilidades y actividades humanas
Factor Socio-Económico	Económico
	Social

## 7.6 Descripción del Método de EIA a Aplicar

Para cumplir con las etapas de estudio, es necesario establecer una metodología que hace uso de una matriz de impacto ambiental la cual es un resumen de todo el estudio realizado, Coria (2008) propone para el análisis causa-efecto el uso de la siguiente matriz:

**Matriz de Leopold:** “ésta es una matriz de interacción simple para identificar los diferentes impactos ambientales potenciales de un proyecto

determinado” (p.128). En esta se utiliza dos tipos de matrices que son la de identificación de impactos y la de importancia en donde se valora de manera cualitativa cada uno de los impactos.

Esta matriz utiliza un cuadro de doble entrada, en las columnas se ubican las acciones del proyecto y en las filas los factores del medio ambiente que pueden ser afectados. Entonces se va calificando las cuadrículas una a una, bajo cada acción se analiza si causara o no impacto a cada factor ambiental, si es así, mediante una diagonal se ubica en el lado izquierdo en una escala del 1 al 10 la magnitud del impacto, indicando con signos si este es positivo o negativo. En la parte inferior derecha se califica en una escala del 1 al 10 la importancia del impacto, igualmente se debe indicar si es positivo o negativo.

Mediante este método, también se calcula la severidad de los impactos, valor que se obtiene multiplicando la magnitud por la importancia, elemento necesario para conocer la viabilidad ambiental del proyecto.

### 7.7 Escalas o Rangos de Valoración Ambiental para la EIA

Para la valoración de los impactos ambientales generados por el proyecto, se establecen las siguientes escalas de valoración:

**Tabla 52**

*Escala de evaluación para la magnitud de los impactos*

<b>Magnitud</b>			
<b>Positivo</b>		<b>Negativo</b>	
10 a 9	Alto	-10 a -9	Critico
8 a 7	Significativo	-8 a -7	Severo
6 a 5	Moderado	-6 a -5	Moderado
4 a 3	Medio	-4 a -3	Medio
2 a 1	Bajo	-2 a -1	Bajo











Nota. Adoptada de los valores propuestos

**Tabla 53***Escala de evaluación para la importancia de los impactos ambientales*

<b>Importancia</b>	
10 a 9	Alto
8 a 7	Significativo
6 a 5	Moderado
4 a 3	Medio
2 a 1	Bajo

Nota. Adoptada de los valores propuestos por Coria (2008)

**Tabla 54***Escala cromática para la valoración de magnitud de los impactos ambientales del servicio de camping*

	<b>Positivos</b>		<b>Negativos</b>	
Alto	<b>10 a 9</b>		-10 a -9	 Crítico
Significativo	<b>8 a 7</b>		-8 a -7	 Severo
Moderado	<b>6 a 5</b>		-6 a -5	 Moderado
Medio	<b>4 a 3</b>		-4 a -3	 Medio
Bajo	<b>2 a 1</b>		-2 a -1	 Bajo

Nota. Adoptada de los valores propuestos por Coria (2008)

**Tabla 55***Escala de valoración para la severidad de los impactos ambientales*

<b>Severidad</b>	
Crítico	≥ 5000
Severo	2500 a 5000
Moderado	1000 a 2500
Compatible	500 a 1000
No significativo	≤ 500

Nota. Adoptada de los valores propuestos por Coria (2008)



## 7.8 Determinación de Interrelaciones entre las Acciones y Factores Ambientales del Proyecto

Tabla 56

Identificación de Impactos Ambientales con el servicio de camping

FACTOR AMBIENTAL	ACCIONES	ETAPA DE CONSTRUCCIÓN								Total de Interacciones	ETAPA DE OPERACIÓN										Total de Interacciones			
		Presencia de trabajadores	Uso de maquinaria	Zonas de camping	Instalaciones sanitarias	Adecuaciones	Oficina y bodega	Área de fogatas	Construcción muelle		Ingreso de vehículos	Movilidad por senderos	Reciclaje de residuos sólidos	Servicio de camping	Servicio de guía	Recreación	Servicio de alimentación	Mantenimiento de instalaciones	Generación de residuos	Fogatas		Consumo de agua		
<b>ACCIONES PROPUESTAS</b>																								
FACTOR FÍSICO	AIRE	Calidad del aire								0	-		+								-	-		4
		Generación de gases		-						1	-											-		2
		Nivel de ruido		-					-	3														0
	AGUA	Calidad de agua subterránea				-				1														0
		Calidad de agua superficial	-	-					-	3						-		+						3
		Disminución del recurso hídrico				-				1													-	1
SUELO	Erosión	-	-	-	-	-	-	-	7	-											-	3		
	Vibraciones		-						1	-													1	
PAISAJE	Alteración del paisaje		-	-	-	+		+	5												+		1	
	Calidad paisajística		-			+		+	3			+									+	-	3	
FACTOR BIÓTICO	FLORA	Pérdida de nichos ecológicos		-					1														0	
		Calidad de la vegetación		-						1											+	-	2	
		Pérdida de vegetación		-	-	-		-	-	5	-										+	-	4	
FAUNA	Perturbación de especies	-	-						2	-	-									-	-	-	7	
FACTOR CULTURAL	RECREACIÓN	Espacios abiertos						+	1												+	-	3	
		Diversificación de actividades			+		+		+	3		+									+		4	
	FACILIDADES Y ACTIVIDADES HUMANAS	Estructuras			+		+		+	3											+	+	2	
		Vías de acceso	+	-						2	+	+										+	-	4
FACTOR SOCIO-ECONÓMICO	ECONÓMICO	Generación de empleo	+	+	+	+	+	+	7											+	+		4	
		Calidad de servicios			+	+	+	+	+	6			+								+	+	+	6
	SOCIAL	Emprendimientos locales								0											+	+		3
		Seguridad		-					+	2											+			1
<b>Total de Interacciones</b>		5	14	7	7	8	4	4	9	58	7	3	3	6	4	7	4	11	7	5	1	58		

Nota. Los valores establecidos en la matriz son a criterio de la autora

## 7.9 Determinación de la Magnitud, Importancia, Severidad o Significancia

**Tabla 57**

*Evaluación de magnitud del servicio de camping*

ACCIÓNES		ETAPA DE CONSTRUCCION								Acciones Positivas	Acciones Negativas	Total	
		Presencia de trabajadores	Uso de maquinaria	Zonas de camping	Instalaciones sanitarias	Adecuaciones	Oficina y bodega	Área de fogatas	Construcción muelle				
ACCIÓNES PROPUESTAS													
FACTOR FÍSICO	AIRE	Calidad del aire	....	....	....	....	....	....	....	....	0	0	0
		Generación de gases	....	-2 2	....	....	....	....	....	....	0	-1	-1
		Nivel de ruido	....	-2 2	....	....	-2 2	....	....	-2 2	0	-3	-3
	AGUA	Calidad de agua subterránea	....	....	....	-3 4	....	....	....	....	0	-1	-1
		Calidad de agua superficial	-1 2	-2 4	....	....	....	....	....	-2 3	0	-3	-3
		Disminución del recurso hídrico	....	....	....	-2 3	....	....	....	....	0	-1	-1
	SUELO	Erosión	-3 3	-5 4	-6 4	-6 2	-7 3	-7 3	-2 2	....	0	-7	-7
		Vibraciones	....	-3 4	....	....	....	....	....	....	0	-1	-1
	PAISAJE	Alteración del paisaje	....	-5 3	-3 3	-3 3	5 2	....	....	5 8	2	-3	-1
Calidad paisajística		....	-3 4	....	....	5 7	....	....	5 8	2	-1	1	
FACTOR BIÓTICO	FLORA	Pérdida de nichos ecológicos	....	-4 6	....	....	....	....	....	....	0	-1	-1
		Calidad de la vegetación	....	-4 4	....	....	....	....	....	....	0	-1	-1
		Pérdida de vegetación	....	-8 2	-6 3	-5 2	....	-5 2	-4 2	....	0	-5	-5
FAUNA	Perturbación de especies	-2 3	-5 4	....	....	....	....	....	....	0	-2	-2	
FACTOR SOCIO-ECONÓMICO	RECREACIÓN	Espacios abiertos	....	....	....	....	....	....	4 2	1	0	1	
		Diversificación de actividades	....	....	8 8	....	9 9	....	9 9	3	0	3	
	FACILIDADES Y ACTIVIDADES HUMANAS	Estructuras	....	....	9 9	....	9 9	....	9 10	3	0	3	
		Vías de acceso	8 7	9 7	....	....	....	....	....	....	2	0	2
FACTOR SOCIO-ECONÓMICO	ECONÓMICO	Generación de empleo	8 8	4 5	4 5	4 5	4 5	7 5	....	4 5	7	0	7
		Calidad de servicios	....	....	8 8	10 10	9 8	9 8	10 8	10 10	6	0	6
	SOCIAL	Emprendimientos locales	....	....	....	....	....	....	....	....	0	0	0
		Seguridad	....	6 9	....	....	....	....	8 10	....	2	0	2
Afecciones Positivas		2		3	4	2	6	2	2	7	28		
Afecciones Negativas		-3		-11	-3	-5	-2	-2	-2	-2		-30	
Total		-1		-8	1	-3	4	0	0	5		-2	

Nota. Los valores establecidos en la matriz son a criterio de la autora

ACCIONES		ETAPA DE OPERACIÓN											Acciones Positivas	Acciones Negativas	Total		
		Ingreso de vehículos	Movilidad por senderos	Reciclaje de residuos sólidos	Servicio de camping	Servicio de guíaanza	Recreación	Servicio de alimentación	Mantenimiento de instalaciones	Generación de residuos	Fogatas	Consumo de agua					
<b>FACTOR AMBIENTAL</b>																	
<b>ACCIONES PROPUESTAS</b>																	
<b>FACTOR FÍSICO</b>	<b>AIRE</b>	Calidad del aire	-1 2	...	1 3	...	...	...	...	...	...	-1 3	-1 2	...	1	-3	-2
		Generación de gases	-4 3	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-1 3	...	0	-2	-2
		Nivel de ruido	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0	0	0
	<b>AGUA</b>	Calidad de agua subterránea	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0	0	0
		Calidad de agua superficial	...	...	...	...	-2 4	2 2	-3 5	...	...	...	...	...	1	-2	-1
		Disminución del recurso hídrico	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-2 2	...	0	-1	-1
	<b>SUELO</b>	Erosión	-3 4	...	...	...	-4 4	...	...	...	...	...	-3 4	...	0	-3	-3
		Vibraciones	-3 6	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0	-1	-1
	<b>PAISAJE</b>	Alteración del paisaje	...	...	...	...	...	...	5 9	8	...	...	...	...	1	0	1
		Calidad paisajística	...	...	9	...	...	...	...	10	-7 2	...	...	...	2	-1	1
<b>FACTOR BIÓTICO</b>	<b>FLORA</b>	Pérdida de nichos ecológicos	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0	0	0	
		Calidad de la vegetación	...	...	...	...	...	...	7 8	-7 8	...	...	...	1	-1	0	
		Pérdida de vegetación	-4 3	...	...	...	...	-6 4	4 2	...	-7 9	...	...	1	-3	-2	
	<b>FAUNA</b>	Perturbación de especies	-3 4	-3 6	...	-3 7	...	-4 7	...	-4 6	-5 8	-5 8	...	0	-7	7	
<b>FACTOR SOCIO-ECONÓMICO</b>	<b>RECREACIÓN</b>	Espacios abiertos	...	...	...	...	6 8	...	6 9	-8 2	...	...	...	2	-1	1	
		Diversificación de actividades	...	10 10	...	10 9	10 9	...	10 10	...	...	...	...	4	0	4	
	<b>FACILIDADES Y ACTIVIDADES HUMANAS</b>	Estructuras	...	...	...	...	9 9	...	9 10	...	...	...	...	2	0	2	
		Vías de acceso	9 9	5 8	...	...	...	...	...	8 7	-8 5	...	...	3	-1	2	
<b>FACTOR SOCIO-ECONÓMICO</b>	<b>ECONÓMICO</b>	Generación de empleo	...	...	3 6	4 6	...	2 5	3 8	...	...	...	...	4	0	4	
		Calidad de servicios	...	...	10 10	10 10	10 10	10 10	10 10	...	...	...	...	6	0	6	
	<b>SOCIAL</b>	Emprendimientos locales	...	...	...	5 9	...	8 9	8 9	...	...	...	...	3	0	3	
		Seguridad	...	...	8 8	...	...	...	...	...	...	...	...	1	0	1	
<b>Afecciones Positivas</b>		1	2	4	4	3	4	4	10	0	0	0	32				
<b>Afecciones Negativas</b>		-6	-1	0	-1	-1	-3	0	-1	-7	-5	-1		-26			
<b>Total</b>		-5	1	4	3	2	1	4	9	-7	-5	-1				6	

**Tabla 58**

*Evaluación de severidad del servicio de camping*

ACCIONES		ETAPA DE CONSTRUCCION								ETAPA DE OPERACION										Total			
		Presencia de trabajadores	Uso de maquinaria	Zonas de camping	Instalaciones sanitarias	Adecuaciones	Oficina y bodega	Área de fogatas	Construcción muelle	Severidad	Ingreso de vehículos	Movilidad por senderos	Reciclaje de residuos sólidos	Servicio de camping	Servicio de guíaanza	Recreación	Servicio de alimentación	Mantenimiento de instalaciones	Generación de residuos		Fogatas	Consumo de agua	
<b>ACCIONES PROPUESTAS</b>																							
<b>FACTOR FISICO</b>	<b>AIRE</b>	Calidad del aire	...	...	...	...	...	...	0	-1	2	1	3	...	...	...	...	-1	-1	2	...	-4	
		Generación de gases	...	-2	2	...	...	...	...	-4	-4	3	...	...	...	...	...	...	...	-1	2	...	-15
		Nivel de ruido	...	-2	2	...	...	...	-2	2	-12	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0
	<b>AGUA</b>	Calidad de agua subterránea	...	...	...	-3	4	...	...	-12	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0
		Calidad de agua superficial	-1	-2	4	...	...	...	-2	3	-16	...	...	...	-2	4	2	2	-3	5	...	...	-19
		Disminución del recurso hídrico	...	...	...	-2	3	...	...	...	-6	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-2	2
	<b>SUELO</b>	Erosión	-3	-5	-6	-6	-7	-7	-2	...	-111	-3	4	...	...	-4	4	...	...	...	-3	4	-40
		Vibraciones	...	-3	4	...	...	...	...	...	-12	-3	6	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-18
	<b>PAISAJE</b>	Alteración del paisaje	...	-5	-3	-3	5	...	...	5	8	17	...	...	...	...	...	...	5	8	...	...	40
		Calidad paisajística	...	-3	4	...	5	7	...	5	8	63	...	9	9	...	...	...	9	-7	2	...	157
<b>FACTOR BIÓTICO</b>	<b>FLORA</b>	Pérdida de nichos ecológicos	...	-4	6	...	...	...	...	-24	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0	
		Calidad de la vegetación	...	-4	4	...	...	...	...	...	-16	...	...	...	...	...	...	7	8	-7	8	...	0
		Pérdida de vegetación	...	-8	-6	-5	2	...	-5	-4	2	-62	-4	3	...	...	-6	4	4	2	-7	9	-91
	<b>FAUNA</b>	Perturbación de especies	-2	-5	4	...	...	...	...	...	-26	-3	-3	6	...	-3	7	-4	7	-4	6	-5	8
<b>FACTOR CULTURAL</b>	<b>RECREACIÓN</b>	Espacios abiertos	...	...	...	...	...	...	4	2	8	...	...	...	...	6	8	6	9	-8	2	...	86
		Diversificación de actividades	...	...	8	8	9	9	...	9	9	226	10	10	...	10	10	9	10	10	...	...	...
	<b>FACILIDADES Y ACTIVIDADES HUMANAS</b>	Estructuras	...	...	9	9	9	...	10	...	252	...	...	...	...	9	10	10	10	...	...	...	181
		Vías de acceso	8	7	9	7	...	...	...	...	...	119	9	5	8	...	...	...	8	7	-8	5	...
<b>FACTOR SOCIO-ECONÓMICO</b>	<b>ECONÓMICO</b>	Generación de empleo	8	4	4	4	4	5	7	5	4	5	199	...	...	3	4	6	2	3	8	...	76
		Calidad de servicios	...	...	8	10	9	9	9	10	10	10	497	...	10	10	10	10	10	10	10	...	...
	<b>SOCIAL</b>	Emprendimientos locales	...	...	...	...	...	...	...	...	...	0	...	...	5	9	8	8	9	...	...	...	189
		Seguridad	...	6	9	...	...	...	...	8	...	134	...	8	8	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Total</b>		103	-14	178	71	274	85	148	369	1214	-5	1	4	3	2	1	4	9	-7	-5	-1	1536	

Nota: Los valores establecidos en la matriz son a criterio de la autora

**Tabla 59**

*Matriz Leopold resultados por factores*

ACCIONES		ETAPA DE CONSTRUCCIÓN										Suma de Positivos	Suma de Negativos	Suma por Factores	
		Presencia de trabajadores	Uso de maquinaria	Zonas de camping	Instalaciones sanitarias	Adecuaciones	Oficina y bodega	Área de fogatas	Construcción muelle						
FACTOR AMBIENT AL	ACCIONES PROPUESTAS														
	FACTOR FÍSICO	AIRE	Calidad del aire	....	....	....	....	....	....	....	....	....	....	....	....
Generación de gases			....	-2 2	....	....	....	....	....	....	....	....	....	-2 2	....
Nivel de ruido			....	-2 2	....	....	-2 2	....	....	-2 2	....	....	....	-6 6	....
AGUA		Calidad de agua subterránea	....	....	....	-3 4	....	....	....	....	....	....	....	-3 4	....
		Calidad de agua superficial	-1 2	-2 4	....	....	....	....	....	-2 3	....	....	....	-6 9	52 87
		Disminución del recurso hídrico	....	....	....	-2 3	....	....	....	....	....	....	....	-2 3	....
SUELO		Erosión	-3 3	-5 4	-6 4	-6 2	-7 3	-7 3	-2 2	....	....	....	....	-36 21	....
		Vibraciones	....	-3 4	....	....	....	....	....	....	....	....	....	-3 4	....
PAISAJE		Alteración del paisaje	....	-5 3	-3 3	-3 3	5 2	....	....	....	5 8	10 8	10 15	-11 4	....
		Calidad paisajística	....	-3 4	....	....	5 7	....	....	....	5 8	10 8	-3 15	4	....
FACTOR BIÓTICO	FLORA	Pérdida de nichos ecológicos	....	-4 6	....	....	....	....	....	....	....	....	-4 6	....	
		Calidad de la vegetación	....	-4 4	....	....	....	....	....	....	....	....	-4 4	-43 28	
		Pérdida de vegetación	....	-8 2	-6 3	-5 2	....	-5 2	-4 2	....	....	....	....	-28 11	....
	FAUNA	Perturbación de especies	-2 3	-5 4	....	....	....	....	....	....	....	....	-7 7	....	
FACTOR SOCIO-ECONÓMICO	RECREACIÓN	Espacios abiertos	....	....	....	....	....	....	....	4 2	4 2	....	....	....	
		Diversificación de actividades	....	....	8 8	....	9 9	....	....	9 9	26 26	....	....	74 70	
	FACILIDADES Y ACTIVIDADES HUMANAS	Estructuras	....	....	9 9	....	9 9	....	....	9 10	27 28	....	....	....	
		Vías de acceso	8 7	9 7	....	....	....	....	....	....	10 8	....	....	....	
FACTOR SOCIO-ECONÓMICO	ECONÓMICO	Generación de empleo	8 8	4 5	4 5	4 5	4 5	7 5	....	4 5	35 38	....	....	....	
		Calidad de servicios	....	....	8 8	10 10	9 8	9 9	10 8	10 10	47 53	....	....	96 110	
	SOCIAL	Emprendimientos locales	....	....	....	....	....	....	....	....	....	....	....	....	
		Seguridad	....	6 9	....	....	....	....	....	8 10	14 19	....	....	....	
Suma de Positivos		16	19	29	14	41	16	18	46	109	205	....	....	....	
Suma de Negativos		-6	-43	-15	-19	-9	-12	-6	-4	5	....	....	-115	90	
Suma por Factores												8	10		

ACCIONES		ETAPA DE OPERACIÓN											Suma de Positivos	Suma de Negativos	Suma por Factores	
		Ingreso de vehículos	Movilidad por senderos	Reciclaje de residuos sólidos	Servicio de camping	Servicio de guianza	Recreación	Servicio de alimentación	Mantenimiento de instalaciones	Generación de residuos	Fogatas	Consumo de agua				
<b>ACCIONES PROPUESTAS</b>																
<b>FACTOR FÍSICO</b>	<b>AIRE</b>	Calidad del aire	-1 2	...	1 3	...	...	...	...	...	-1 3	-1 2	...	1 3	-3 7	
		Generación de gases	-4 3	...	...	...	...	...	...	...	...	-1 3	...	...	-5 6	
		Nivel de ruido	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	<b>AGUA</b>	Calidad de agua subterránea	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
		Calidad de agua superficial	...	...	...	...	-2 4	...	2 2	-3 5	...	...	...	2 2	-5 9	-9 76
		Disminución del recurso hídrico	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-2 2	...	...	-2 2	...
	<b>SUELO</b>	Erosión	-3 4	...	...	...	-4 4	...	...	...	...	-3 4	...	...	-10 12	...
		Vibraciones	-3 6	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-3 6	...
	<b>PAISAJE</b>	Alteración del paisaje	...	...	...	...	...	...	...	5 8	...	...	...	5 8	...	...
		Calidad paisajística	...	...	9 9	...	...	...	...	9 10	-7 2	...	...	18 19	-7 2	...
<b>FACTOR BIÓTICO</b>	<b>FLORA</b>	Pérdida de nichos ecológicos	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	
		Calidad de la vegetación	...	...	...	...	...	...	7 8	-7 8	...	...	7 8	-7 8	-40 80	
		Pérdida de vegetación	-4 3	...	...	...	...	-6 4	...	4 2	...	-7 9	...	4 2	-17 16	...
	<b>FAUNA</b>	Perturbación de especies	-3 4	-3 6	...	-3 7	...	-4 7	...	-4 6	-5 8	-5 8	...	...	-27 46	...
<b>FACTOR CULTURAL</b>	<b>RECREACIÓN</b>	Espacios abiertos	...	...	...	...	6 8	...	6 9	-8 2	...	...	12 17	-8 2	...	
		Diversificación de actividades	...	10 10	...	10 9	10 9	...	10 10	...	...	...	40 38	...	11 105	
	<b>FACILIDADES Y ACTIVIDADES HUMANAS</b>	Estructuras	...	...	...	...	...	9 9	...	10 10	...	...	...	19 19	...	...
		Vías de acceso	9 9	5 8	...	...	...	...	...	8 7	-8 5	...	...	22 24	-8 5	...
<b>FACTOR SOCIO-ECONÓMICO</b>	<b>ECONÓMICO</b>	Generación de empleo	...	...	...	3 6	4 6	...	2 5	3 8	...	...	12 25	...	...	
		Calidad de servicios	...	...	10 10	10 10	10 10	10 10	10 10	10 10	...	...	...	60 60	...	101 120
	<b>SOCIAL</b>	Emprendimientos locales	...	...	...	5 9	...	8 9	8 9	...	...	...	...	21 27	...	...
		Seguridad	...	...	8 8	...	...	...	...	...	...	...	...	8 8	...	...
<b>Suma de Positivos</b>		89 9	15 18	28 3	28 34	24 25	33 36	30 34	64 80	...	...	...	231 260	...	...	
<b>Suma de Negativos</b>		-18 22	-3 6	...	-3 7	-4 4	-12 15	...	-4 6	-39 33	-17 26	-2 2	...	-102 121	...	
<b>Suma por Factores</b>													129 381			

Nota: Los valores establecidos en la matriz son a criterio de la autora

Tabla 60

Matriz de Leopold Cromática

ACCIONES		ETAPA DE CONSTRUCCIÓN								ETAPA DE OPERACIÓN													
		Presencia de trabajadores	Uso de maquinaria	Zonas de camping	Instalaciones sanitarias	Adecuaciones	Oficina y bodega	Área de fogatas	Construcción muelle	Ingreso de vehículos	Movilidad por senderos	Reciclaje de residuos sólidos	Servicio de camping	Servicio de guianza	Recreación	Servicio de alimentación	Mantenimiento de instalaciones	Generación de residuos	Fogatas	Consumo de agua			
<b>ACCIONES PROPUESTAS</b>																							
<b>FACTOR FÍSICO</b>	<b>AIRE</b>	Calidad del aire	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...			
		Generación de gases	...	-2	2	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...		
		Nivel de ruido	...	-2	2	...	...	-2	2	...	...	-2	2	...	...	...	...	...	...	...	...		
	<b>AGUA</b>	Calidad de agua subterránea	...	...	...	-3	4	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...		
		Calidad de agua superficial	-1	2	-2	4	...	...	...	...	-2	3	...	...	...	-2	4	2	2	-3	5		
		Disminución del recurso hídrico	...	...	...	-2	3	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	-2	2	
	<b>SUELO</b>	Erosión	-3	3	-5	4	-6	4	-6	2	-7	3	-7	3	-2	2	...	...	...	...	...	-3	4
		Vibraciones	...	-3	4	...	...	...	...	...	...	-3	6	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	<b>PAISAJE</b>	Alteración del paisaje	...	-5	3	-3	3	-3	3	5	2	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
		Calidad paisajística	...	-3	4	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>FACTOR BIÓTICO</b>	<b>FLORA</b>	Pérdida de nichos ecológicos	...	-4	6	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	
		Calidad de la vegetación	...	-4	4	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
		Pérdida de vegetación	...	-8	2	-6	3	-5	2	-5	2	-4	2	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	<b>FAUNA</b>	Perturbación de especies	-2	3	-5	4	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>FACTOR CULTURAL</b>	<b>RECREACIÓN</b>	Espacios abiertos	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	
		Diversificación de actividades	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	<b>FACILIDADES Y ACTIVIDADES HUMANAS</b>	Estructuras	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
		Vías de acceso	8	7	9	7	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>FACTOR SOCIO-ECONÓMICO</b>	<b>ECONÓMICO</b>	Generación de empleo	8	8	4	5	4	4	5	5	7	5	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	
		Calidad de servicios	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	<b>SOCIAL</b>	Emprendimientos locales	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
		Seguridad	...	6	9	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Nota: Los valores establecidos en la matriz son a criterio de la autora

## 7.10 Jerarquización de los IA Según la Evaluación de Impactos Ambientales

En base a la matriz de severidad se procede a jerarquizar los impactos positivos y negativos de las etapas de construcción y operación del servicio de camping.

**Tabla 61**

*Jerarquización de Impactos positivos de la etapa de construcción*

<b>Factores Ambientales</b>	<b>Impactos Ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
Factor socio-económico (Economía)	Adecuación y mejora de los servicios	497 IA
Factor Cultural (Facilidades y actividades humanas)	Implementación de estructuras que facilitan los servicios	252 IA
Factor Cultural (Recreación)	Creación de nuevas actividades	226 IA
Factor socio-económico (Economía)	Generación de empleos	199 IA
Factor socio-económico (Social)	Mejora la seguridad en las instalaciones	134 IA
Factor Cultural (Facilidades y actividades humanas)	Mejora de las vías de acceso y recorrido	119 IA
Factor Abiótico (Paisaje)	Adecuaciones que optimizan la vista	63 IA
Factor Abiótico (Paisaje)	Construcciones que mejoran la percepción paisajística	17 IA
Factor Cultural (Recreación)	Aprovechamiento de espacios abiertos	8 IA

Nota. Valores adaptados de la matriz de severidad



**Tabla 62***Jerarquización de Impactos negativos de la construcción*

<b>Factores Ambientales</b>	<b>Impactos Ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
Factor Físico (Suelo)	Erosión del suelo	-111 IA
Factor Biótico (Flora)	Pérdida de vegetación	-62 IA
Factor Biótico (Fauna)	Perturbación de especies	-26 IA
Factor Biótico (Flora)	Pérdida de nichos ecológicos	-24 IA
Factor Físico (Agua)	Calidad de agua superficial	-16 IA
Factor Biótico (Flora)	Calidad de la vegetación	-16 IA
Factor Físico (Aire)	Nivel de ruido	-12 IA
Factor Físico (Agua)	Calidad de agua subterránea	-12 IA
Factor Físico (Suelo)	Vibraciones	-12 IA
Factor Físico (Agua)	Disminución del recurso hídrico	-6 IA
Factor Físico (Aire)	Generación de gases	-4 IA

Nota. Valores adaptados de la matriz de severidad

**Tabla 63***Jerarquización de Impactos positivos en la etapa de operación*

<b>Factores Ambientales</b>	<b>Impactos Ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
Factor Socio-Económico (Economía)	Servicios de calidad	600 IA
Factor Cultural (Recreación)	Espacios adecuados para cada actividad	380 IA
Factor Socio-Económico (Social)	Fomento de emprendimientos locales	189 IA
Factor Cultural (Facilidades y actividades humanas)	Estructuras de apoyo para el desarrollo de actividades	181 IA
Factor Físico (Paisaje)	Reciclaje de residuos sólidos	157 IA
Factor Cultural (Facilidades y actividades humanas)	Mantenimiento de senderos e instalaciones	137 IA
Factor Cultural (Recreación)	Espacios delimitados para actividades específicas	86 IA
Factor Socio-Económico (Economía)	Generación de empleo	76 IA
Factor Socio-Económico (Social)	Espacios seguros	64 IA
Factor Físico (Paisaje)	Mantenimiento de espacios	40 IA

Nota. Valores adaptados de la matriz de severidad

**Tabla 64***Jerarquización de Impactos negativos en la etapa de operación*

<b>Factores Ambientales</b>	<b>Impactos Ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
Factor Biótico (Fauna)	Perturbación de especies	-183 IA
Factor Biótico (Flora)	Pérdida de vegetación	-91 IA
Factor Físico (Suelo)	Erosión del suelo	-40 IA
Factor Físico (Agua)	Contaminación de la laguna Calidad de agua subterránea	-19 IA
Factor Físico (Suelo)	Vibraciones producidas por el constante ingreso de vehículos	-18 IA
Factor Físico (Aire)	Contaminación de gases producidos por los vehículos	-15 IA
Factor Físico (Aire)	Afectación en la calidad de aire	-4 IA
Factor Físico (Agua)	Consumo de agua	-4 IA

Nota. Valores adaptados de la matriz de severidad

## 7.11 Matriz Plan de Manejo Ambiental Sobre la Base de la Jerarquización Ambiental

**Tabla 65**

*Medidas de mitigación para las actividades del servicio de camping de Dark-Sky Camp*

<b>Factor Ambiental</b>		<b>Impacto Ambiental</b>	<b>Medidas de Mitigación</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Responsables</b>
Físico	Aire	Generación de ruido Generación de gases Afectación en la calidad de aire	Movilidad por los senderos de forma ordenada Promocionar paquetes que incluyan el transporte Uso de maquinaria en horarios pre establecidos Cubrir el material de construcción	\$50,00	Gerente
	Agua	Contaminación de agua superficial Disminución del recurso hídrico	Ubicar basureros de colores para reciclar la basura Realizar una prueba de calidad de agua de manera anual Disponer un área para los materiales de construcción para que estos no lleguen a la laguna Establecer políticas internas que restrinjan actividades dañinas para el entorno	\$350,00	Encargado de mantenimiento  Gerente
	Suelo	Erosión del suelo  Vibraciones	Señalizar adecuadamente los senderos y zonas de actividades Determinar la capacidad de carga automovilística	\$120,00	Gerente

		Generación de desechos sólidos	Reciclaje de residuos sólidos		
Biótico	Flora	Pérdida de vegetación Pérdida de nichos ecológicos Extracción de especies	Indicaciones de cuidado ambiental a todos los turistas Delimitar áreas de movilidad para turistas y autos Ubicar señalética de prohibición	\$120,00	Secretaria Gerente
	Fauna	Perturbación de especies Afectación a la calidad de la vegetación Perturbación de especies	Indicaciones de cuidado ambiental a los turistas Delimitar áreas de movilidad para turistas y autos Informar de políticas de protección a los turistas Ubicar señalética de prohibición	\$90,00	Gerente Secretaria
Cultural	Recreación	Ocupación de infraestructura turística	Dar indicaciones de prohibiciones en el atractivo Mantenimiento de las instalaciones Instrucciones durante la guianza	\$50,00	Guía Secretaria Encargado de mantenimiento
	Facilidades y actividades humanas	Instalación de campamentos Construcción de un muelle  Generación de escombros	Usar material que contraste con el entorno Utilizar madera de una especie que no se encuentre amenazada Reutilizar o recolectar el material generado Mantenimiento de las instalaciones	\$400,00	Contratista
<b>Observaciones</b>		Los precios establecidos se toman en cuenta en el plan de inversión.			

## 7.12 Conclusiones de la EIA del Proyecto o Emprendimiento Turístico.

- En la fase de construcción se establecen ocho acciones que en relación con los cuatro factores establecidos forman 58 interrelaciones, siendo las acciones de uso de maquinaria y construcción de un muelle las de mayor incidencia. Así mismo, en la fase de operación se establecen once acciones que al relacionarse con los factores ambientales generan 58 interrelaciones, siendo el mantenimiento de instalaciones y generación de residuos las de mayor incidencia.
- En la fase de construcción se identifican 28 impactos positivos y 30 negativos, la estrecha diferencia se debe a que en su mayoría se realizan actividades de adecuación con poca presencia de maquinaria. Por otro lado, la fase de operación presenta 32 impactos positivos que prevalecen ante 26 impactos negativos, se aprecia que la dinámica turística mantiene un desarrollo de actividades sustentable.
- El cálculo de severidad de impactos determinó que las actividades en la etapa de construcción son compatibles con el ambiente, es decir, que la recuperación del medio se percibe a corto plazo. Las actividades en la etapa de operación presentan una severidad de 1538, considerado como moderado por lo que se aprecia la recuperación del medio a largo plazo. En todo caso estos impactos no requieren aplicación de medidas ambientales a gran escala.
- La evaluación de impactos establece que tanto en la etapa de construcción como en la de operación el medio biótico es el que presenta mayor afectación debido a las actividades que se desarrollan por la presencia de maquinaria y turistas, afectando principalmente a la pérdida de vegetación y perturbación de especies.

## CAPÍTULO VIII


### 8. Estudio Económico Financiero

#### 8.1 Estado de Situación Inicial

El proyecto de servicio de camping en la Laguna Caricocha se pone en marcha con una inversión de \$50.153,22 de los cuales \$3.688,19 corresponden al activo circulante, \$46.465,03 a los activos fijos y \$22.388,22 representan al patrimonio de Dark-Sky Camp.

**Tabla 66**

*Estado de situación inicial de Dark-Sky Camp*

		DARK-SKY CAMP	
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020			
ACTIVO		PASIVO	
<b>Activo Circulante</b>		<b>Pasivo Circulante</b>	
Caja	\$ 300,00		
Bancos	\$ 2.788,19	Préstamo al Banco del Pichincha	\$27.765,00
Inventarios	\$ 600,00	Intereses por pagar	
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>\$3.688,19</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>\$27.765,00</b>
<b>Activo Fijo</b>		<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	
Construcción	\$5.385,00	Documentos por pagar a largo plazo	
Vehículo	\$18.700,00	<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>\$0</b>
Muebles y Enseres	\$722,50		
Implementos de Camping	\$21.070,28		
Implementos de Oficina	\$117,25		
Equipos de Oficina	\$470,00		
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$46.465,03</b>		
<b>Activo diferido</b>		<b>SUMA DEL PASIVO \$27.765</b>	
Rentas pagadas por anticipado		<b>PATRIMONIO</b>	
Otros activos diferidos		Bienes Muebles	\$18.700,00
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>\$0</b>	Bienes	\$3.688,22
		<b>Total Capital contable</b>	<b>\$22.388,22</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO \$50.153,22</b>		<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE \$22.388,22</b>	
		<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO \$50.153,22</b>	

## 8.2 Flujo de Efectivo

La empresa oferta el servicio de alquiler de implementos de camping en la Laguna Caricocha perteneciente al Complejo Lacustre Mojanda, además cuenta con guianza en las mañanas en los alrededores de la laguna y por las noches oferta turismo astronómico, además, en ventas posee artículos de abrigo necesarios para contrarrestar el clima del lugar. A continuación, se presenta la estimación de precios de los principales productos. Las ventas estimadas se basan en la capacidad de ocupación que es de 1140 pax por mes, de ellos se espera captar un 15% del mercado distribuido equitativamente en los 7 tipos de carpas a ofertar, y para los meses de temporada alta en julio, agosto y septiembre se espera ocupar una plaza del 20%.

Se ofertan dos paquetes con variedad de servicios, el paquete 1 a un precio de \$46,58 con una estimación de 24 ventas mensuales, que en dólares representa \$1.117,92 y al año suman \$14.532,996. En cambio, el paquete 2 a un precio de \$53,43 con el mismo número de ventas mensuales, alcanza ingresos de \$1.282,32 que al año representan \$16.670,16.

Así mismo, se cuenta con varios tipos de carpas, todas estimadas en una venta mensual de 24 unidades. Las carpas tipo iglú con capacidad para 2,4 y 6 personas, a un precio de \$9 por pax, que al mes genera ingresos de \$216, alcanzando 2.808 dólares anuales. La carpa tipi y colgantes se ofertan a un precio de \$12, que al mes representa \$288 y al año \$3.744. La carpa inflable de burbuja tiene un precio de \$15, alcanzando en un mes ingresos de \$360, que al año suman \$4.680. Con el resto de ventas se determina que dentro del primer año se obtienen ingresos de \$88.127,52.

Como principales egresos, se tiene el pago de salarios que suma \$1.091,32, la publicidad en distintos medios estimada en \$956,19, el pago del préstamo en cuotas de \$606,87, la adquisición de materia prima por \$500, el mantenimiento por \$100, y a ello se le suman los costos operativos de cada producto, que resulta en egresos de \$68.020,37 dentro del primer año. Con los datos presentados se logra un flujo de caja anual acumulado de \$20.107,15.

**Tabla 67**

*Ingreso y egresos del primer año de "Dark-Sky Camp"*

<b>INGRESOS</b>	<b>Precio</b>	<b>Disponibilidad</b>	<b>Unidades vendidas</b>	<b>mes 1 15%</b>	<b>mes 2 15%</b>	<b>mes 3 15%</b>	<b>mes 4 15%</b>	<b>mes 5 15%</b>
Paquete Turístico 1A	46,58	162	24	1117,92	1117,92	1117,92	1117,92	1117,92
Paquete Turístico 1B	54,8	162	24	1315,2	1315,2	1315,2	1315,2	1315,2
Paquete Turístico 2A	53,43	162	24	1282,32	1282,32	1282,32	1282,32	1282,32
Paquete Turístico 2B	61,65	162	24	1479,6	1479,6	1479,6	1479,6	1479,6
Carpa Iglú	9	162	24	216	216	216	216	216
Carpa Tipi y colgantes	12	162	24	288	288	288	288	288
Carpa inflable de burbuja	15	162	24	360	360	360	360	360
Alquiler demás implementos	2,5		104	260	260	260	260	260
Ventas varias	5		104	520	520	520	520	520
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>168</b>	<b>6839,04</b>	<b>6839,04</b>	<b>6839,04</b>	<b>6839,04</b>	<b>6839,04</b>
<b>EGRESOS</b>								
Salarios			1091	1091	1091	1091	1091	1091
Publicidad			956,19	956,19				
Préstamo			606,87	606,87	606,87	606,868	606,868	606,868
Materia prima			500	500	500	500	500	500
Costo Operativos 1A				558,96	558,96	558,96	558,96	558,96
Costo Operativos 1A				657,6	657,6	657,6	657,6	657,6
Costo Operativo 2A				641,16	641,16	641,16	641,16	641,16
Costo Operativo 2B				739,8	739,8	739,8	739,8	739,8
Costos Operativos Carpa Iglú				64,8	54	54	54	54
Costos Operativos Carpa Tipi y colgantes				86,4	86,4	86,4	86,4	86,4
Costos Operativos Carpa inflable de burbuja				108	108	108	108	108
Mantenimiento			100	100	100	100	100	100
<b>TOTAL EGRESOS</b>				<b>6110,78</b>	<b>5143,79</b>	<b>5143,79</b>	<b>5143,79</b>	<b>5143,79</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>				<b>728,26</b>	<b>1695,25</b>	<b>1695,25</b>	<b>1695,25</b>	<b>1695,25</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>				<b>728,26</b>	<b>2423,51</b>	<b>4118,77</b>	<b>5814,02</b>	<b>7509,27</b>



mes 6 15%	mes 7 20%	mes 8 20%	mes 9 20%	mes 10 15%	mes 11 15%	mes 12 15%		TOTAL ANUAL		UNIDAD ES VENDIDAS	
1117,92	1490,56	1490,56	1490,56	1117,92	1117,92	1117,92		14532,96		24	
1315,2	1753,6	1753,6	1753,6	1315,2	1315,2	1315,2		17097,6		24	
1282,32	1709,76	1709,76	1709,76	1282,32	1282,32	1282,32		16670,16		24	
1479,6	1972,8	1972,8	1972,8	1479,6	1479,6	1479,6		19234,8		24	
216	288	288	288	216	216	216		2808		24	
288	384	384	384	288	288	288		3744		24	
360	480	480	480	360	360	360		4680		24	
260	260	260	260	260	260	260		3120		104	
520	520	520	520	520	520	520		6240		104	
6839,04	8858,72	8858,72	8858,72	6839,04	6839,04	6839,04		88127,52			
										<b>costos fijos</b>	<b>costos variables</b>
1091	1091	2182	1091	1091	1091	2182		15274	F	15274	
150						150		1256,19	F	1256,19	
606,868	606,868	606,868	606,868	606,868	606,868	606,868		7282	F	7282,42	
500	500	500	500	500	500	500		6000	F	6000	
558,96	745,28	745,28	745,28	558,96	558,96	558,96		7266,48	V		7266,48
657,6	876,8	876,8	876,8	657,6	657,6	657,6		8548,8	V		8548,80
641,16	854,88	854,88	854,88	641,16	641,16	641,16		8335,08	V		8335,08
739,8	986,4	986,4	986,4	739,8	739,8	739,8		9617,4	V		9617,40
54	72	72	72	54	54	54		712,8	V		712,8
86,4	115,2	115,2	115,2	86,4	86,4	86,4		1123,2	V		1123,2
108	144	144	144	108	108	108		1404	V		1404
100	100	100	100	100	100	100		1200			
5293,79	6092,43	7183,43	6092,43	5143,79	5143,79	6384,79		68020,37		<b>29812,60582</b>	<b>37007,76</b>
1545,25	2766,29	1675,29	2766,29	1695,25	1695,25	454,25					
9054,52	11820,81	13496,11	16262,40	17957,65	19652,90	20107,15		<b>20107,15</b>			

### 8.3 Proyección de Ingresos y Gastos y Cálculo de la TIR

La inversión inicial corresponde a \$50.153,22 con un costo de capital anual del 11,89% y una tasa interna de retorno del 37,19%. La empresa calcula ingresos de \$88.127,52 y egresos de \$68.020,37 en el primer año dando como resultado un flujo de caja de \$20.107,15 y se estima un crecimiento anual del 11% en los próximos 5 años.

**Tabla 68**

*Cálculo de la tasa interna de retorno*

Costo de capital Inversión	11,89%
	50153,22
VAN	38272,67
TIR	37,19%

**Tabla 69**

*Flujo de caja del servicio de camping proyectado a 5 años*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	88127,52	97821,5472	108581,917	120525,928	133783,78	
Egresos	68020,37	75502,60606	83807,8927	93026,7609	103259,705	
Flujo de caja	20107,1542	22318,94114	24774,0247	27499,1674	30524,0758	
DATOS PARA LA TIR	- 50153,22	20107,1542	22318,94114	24774,0247	27499,1674	30524,0758
		20107,1542	42426,09532	67200,1294699,2874	125223,363	

## 8.4 Punto de Equilibrio

Tomando como referencia el flujo de caja se estima alcanzar el punto de equilibrio dentro de los 3 primeros años, en torno a ello se calcula las unidades vendidas de los nueve productos que ofrece la empresa de servicio de camping en dicho lapso de tiempo. Se obtiene un total de 1.128 unidades vendidas, siendo el alquiler de implementos de camping por separado y demás ventas de víveres y vestimentas los de mayor participación. Se prevé un precio ponderado de \$18,19 a un costo promedio ponderado de \$8,91 teniendo \$9,28 como margen de contribución, se asume además costos fijos de \$89.438. Se pretende alcanzar el punto de equilibrio con la venta de 15.046 unidades, obteniendo ingresos de \$273.676 datos que se ven reflejados en la unión de las líneas amarilla y azul de la figura 23.

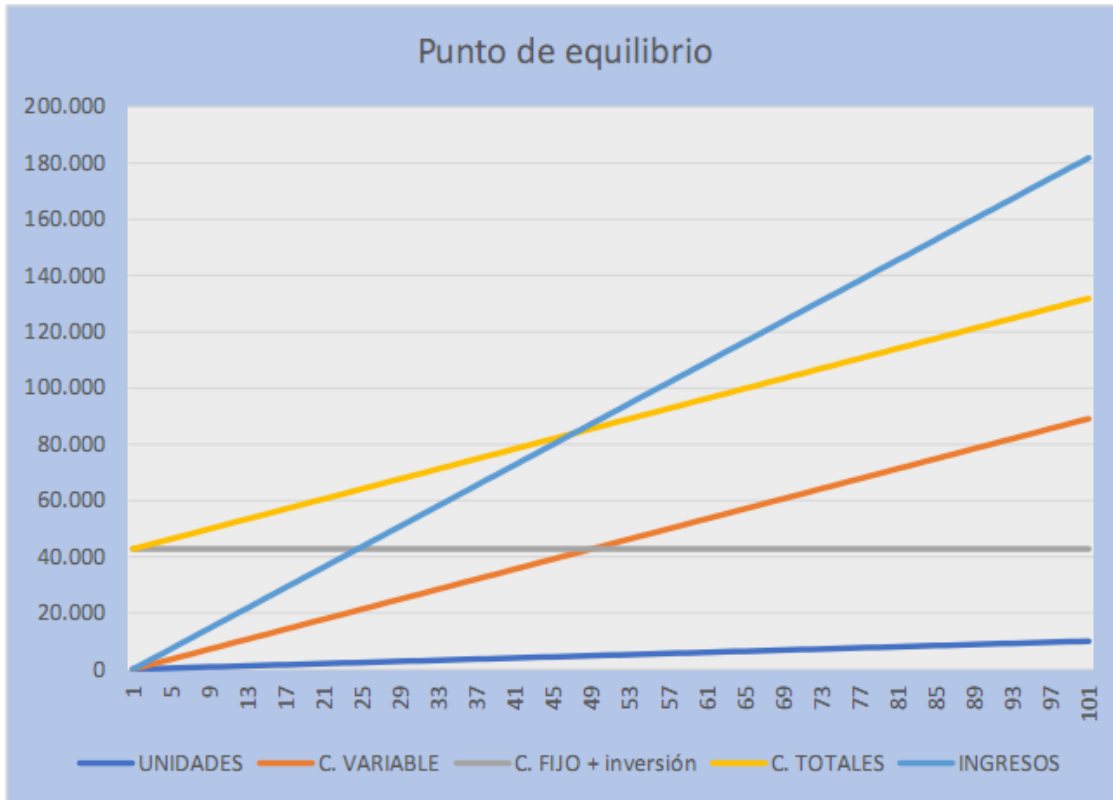
**Tabla 70**

*Punto de equilibrio de Dark-Sky Camp*

ANO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	3								
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERIODO	72	72	72	72	72	72	72	312	312
TOTAL UNIDADES		1.128							
% PARTICIPACION	6,38%	6,38%	6,38%	6,38%	6,38%	6,38%	6,38%	27,66%	27,66%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$46,58	\$54,80	\$53,43	\$61,65	\$9,00	\$12,00	\$15,00	\$2,50	\$5,00
COSTO VENTA UNITARIO	\$23,29	\$27,40	\$26,72	\$30,83	\$2,70	\$3,60	\$4,50	\$1,25	\$3,50
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$18,19							
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$8,91							
COSTO FIJO DEL PERIODO		\$89.438							
INVERSIÓN		\$50.153							
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$23,29	\$27,40	\$26,72	\$30,83	\$6,30	\$8,40	\$10,50	\$1,25	\$1,50
MARGEN CONTRIBUCION PONDERADO		\$9,28							
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		15.046							
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$273.676							
PUNTO EQUILIBRIO POR PRODUCTO	960	960	960	960	960	960	960	4.162	4.162

**Figura 24**

*Representación gráfica del punto de equilibrio*



## CONCLUSIONES

- El estudio de mercado definió que Pedro Moncayo posee potencial turístico, evidente en sus recursos naturales y culturales, sin embargo, se aprecia una escasa existencia de establecimientos dedicados a la actividad turística; ya que el cantón se ha enfocado en potenciar la denominación de “capital mundial de la rosa” dedicando esfuerzos en las florícolas. Dos realidades que de la mano influyen con el desarrollo de turismo en la región, dando a conocer la riqueza de atractivos y cultura. Además, se pudo evidenciar el ingreso de turistas de un mercado potencial proveniente de la ciudad de Quito, con clara tendencia por el turismo de aventura y ecoturismo.
- Dark-Sky Camp es un establecimiento que trabaja en vinculación con el GADPM, ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Pedro Moncayo, en el ingreso a la Laguna Caricocha. Dedicado a brindar el servicio de camping, guianza y senderismo, con el factor diferenciador en tipologías de carpas y la ocasional observación de los astros. Conformado por un equipo de trabajo de tres personas con funciones varias, mismas que están determinadas en la estructura organizacional.
- Se implantó un plan de marketing en el que se identificaron los medios para la difusión de la oferta de Dark-Sky Camp, determinando publicidad digital e impresa. Conociendo el perfil del turista se establece que las plataformas de redes sociales son de prioridad para presentar la propagación del servicio. En conjunto con las estrategias de mercadeo se pretende alcanzar cierto número de ventas mensuales expresadas más adelante en el estudio financiero.
- Mediante la aplicación de la matriz de Leopold se identificaron los impactos causados por el proyecto, en la etapa de construcción prevalecieron los negativos debido a la presencia de maquinaria, en cambio en la etapa de operación predominan los positivos a causa de la dinámica turística. Resultando el medio biótico el de mayor afectación, no obstante, dichos impactos son compatibles y moderados, es decir se

considera la recuperación del medio a corto plazo, aun así, se requieren medidas de mitigación determinadas en el plan de manejo ambiental.

- El estudio financiero determinó la factibilidad del proyecto, al presentar que para la puesta en marcha se requiere de una inversión inicial de \$50.153,22, de los cuales el 45% representa el capital propio y el 55% restante será obtenido a través de un crédito al Banco Pichincha. Muestra, además, una tasa interna de retorno del 37,19% porcentaje mayor respecto al 11,89% del costo de capital, justificando la recuperación de la inversión dentro de los tres primeros años de funcionamiento con la venta de 15.046 unidades, obteniendo así \$273.676 de ingresos.

## RECOMENDACIONES

- Las autoridades del cantón deberían gestionar el desarrollo turístico de cada atractivo identificado en conjunto con la comunidad en la que se asienta el mismo, a fin de incrementar el flujo de turistas, alcanzando beneficios como la generación de empleo que consecuentemente mejore la calidad de vida de los habitantes de la localidad.
- El servicio a ofertar debe cumplir con las expectativas del segmento de mercado establecido, y, además, ajustar los precios al gasto promedio del turista, principalmente mantener un estudio constante del cliente ya que sus preferencias y comportamientos están en constante cambio, e ir adaptando el servicio a las nuevas tendencias para mantener la fidelización del mismo.
- Es fundamental identificar e interactuar constantemente con el cliente satisfecho puesto que así se ganará la publicidad de boca a boca, que a pesar de precisar grandes esfuerzos es una de las mejores estrategias para alcanzar el reconocimiento y fama de la marca, al mismo tiempo requiere poca inversión económica.
- Para llevar a cabo un correcto estudio ambiental, se precisa de la asesoría de una persona especializada en el área, principalmente al momento de evaluar los impactos identificados a fin de gestionar los condicionantes que determinan la viabilidad del proyecto.
- Se requiere cotizar las tasas de interés de distintas entidades bancarias con el objetivo de elegir la opción más viable para el proyecto. Además, un estudio financiero requiere de precios reales a fin de conseguir accionistas que financien parte del proyecto para disminuir gastos propios y alcanzar mayor rentabilidad dentro un menor rango de tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía del GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo. (13 de febrero de 2019). Artículo 9. *Ordenanza 022-2019*. Recuperado el 22 de diciembre de 2019, de <http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2019/022-2019%20ORD%20ACUS%20MOJANDA.pdf>
- ASAMBLEA NACIONAL. (05 de agosto de 2014). Artículo 10 [Dominio Hídrico Público]. *LEY ORGÁNICA DE RECURSOS HÍDRICOS USOS Y APROVECHAMIENTO DEL AGUA*. Recuperado el 26 de diciembre de 2019, de <http://www.regulacionagua.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/03/Ley-Org%C3%A1nica-de-Recursos-H%C3%ADricos-Usos-y-Aprovechamiento-del-Agua.pdf>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la investigación* (p.69). México: Patria.
- CONGRESO NACIONAL. (29 de diciembre de 2014). *LEY DE TURISMO*. Recuperado el 26 de diciembre de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de octubre de 2008). Artículo 74 [Derechos de la Naturaleza]. Recuperado el 28 de diciembre de 2019, de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Coria, I. D. (2008). *El estudio de impacto ambiental: características y metodologías*. Recuperado el 05 de febrero de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87702010.pdf>
- Curillo, G. (2015). *Propuesta de diseño de un camping turístico en el recinto Suncamal del Cantón Cumandá de la provincia de Chimborazo. (Trabajo de grado, Universidad de Guayaquil)*. Recuperado el 08 de enero de 2020, de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8289/1/TESIS%20GABRIELA%20URILLO%20original.pdf?fbclid=IwAR1s79PIT4NtcO6YJvGeo1gAzES-SXy8rYRYx\\_LNjnncjAfrG2wflS9408c](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8289/1/TESIS%20GABRIELA%20URILLO%20original.pdf?fbclid=IwAR1s79PIT4NtcO6YJvGeo1gAzES-SXy8rYRYx_LNjnncjAfrG2wflS9408c)
- Educalingo. (2016). *Remolque*. [Entrada de blog] Recuperado el 14 de enero de 2020, de Tanstar II: <http://magnotranstar.blogspot.com/2016/10/trailerel-remolque-tambien-conocido.html>
- El Mercurio. (19 de febrero de 2019). *Llegada de turistas extranjeros a Quito subió en 6,1 por ciento en 2018*. Recuperado de <https://ww2.elmercurio.com.ec/2019/02/09/llegada-de-turistas-extranjeros-a-quito-subio-en-61-por-ciento-en-2018/>
- Enríquez, M. (2019). *Perfil del turista extranjero que llega al Ecuador*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Equipo Consultor Tourism & Leisure. (26 de septiembre de 2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA EL*



- ECUADOR "PLANDETUR 2020". Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Equipo Técnico Municipal. (15 de marzo de 2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Pedro Moncayo*. Recuperado de [http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2018/028\\_2018%20ANEXO%201%20PDOT%20PEDRO%20MONCAYO.pdf](http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2018/028_2018%20ANEXO%201%20PDOT%20PEDRO%20MONCAYO.pdf)
- Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores.
- García López, R. (07 de septiembre de 2017). *Turismo Rural Comunitario (TRC)*. Recuperado de Aprender de Turismo.org: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>
- Gobierno Provincial de Pichincha. (22 de mayo de 2019). *Parque Arqueológico Cochasquí*. Recuperado de <https://www.pichincha.gob.ec/servicios/turismo/item/16-parque-arqueologico-Cochasqui>
- Granada, G. E. (2018). *LINEAMIENTOS Y POLÍTICAS PARA EL MANEJO DEL ECOTURISMO EN LA MICROCUENCA DE LA LAGUNA DE MOJANDA, DESDE EL GOBIERNO LOCAL DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO, PROVINCIA DE PICHINCHA*. [Tesis de Maestría, Universidad Técnica del Norte]. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8859/2/PG%20707%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Interamericana editores.
- Hosteltur. (19 de agosto de 2019). *El turismo en auto caravana vive un boom gracias a los millennials*. Recuperado el 13 de enero de 2020, de [https://www.hosteltur.com/130634\\_el-turismo-en-autocaravana-vive-un-boom-gracias-a-los-milenial.html](https://www.hosteltur.com/130634_el-turismo-en-autocaravana-vive-un-boom-gracias-a-los-milenial.html)
- Huerto Alegre. (2019). *Programas educativos Infantil y Primaria*. Recuperado el 13 de diciembre de 2019, de <https://www.yumping.com/campamentos-multiaventura/huerto-alegre-e19664035>
- Hurtado, G. (2016). *MANTENIMIENTO Y ADECUACIÓN DEL ÁREA DE CAMPING DE MOJANDA*. Recuperado el 10 de diciembre de 2019, de Pedro Moncayo GAD Municipal: [http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/LeyTransparencia\\_2016/julio/k%20in%20formes/8%20Informe%20Mojanda%2016.pdf](http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/LeyTransparencia_2016/julio/k%20in%20formes/8%20Informe%20Mojanda%2016.pdf)
- INEC. (2016). *Tecnologías de la Información y comunicación*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- Mejía, J. (noviembre de 2010). Guía básica para organizar un campamento recreativo y formativo. *Revista Educación*, 14, 183-196.

- <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/download/493/491/>
- Mendoza, S. M. (30 de marzo de 2017). *PLAN DE USO PÚBLICO EN LAS LAGUNAS DE MOJANDA, PARROQUIA TABACUNDO, PROVINCIA PICHINCHA* [Trabajo de Grado, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR].  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13346/STEPHANY%20MISHEL%20L%20MENDOZA%20FLORES%20-%20PLAN%20DE%20USO%20P%20C3%9ABLICO%20PARA%20LAS%20LAGUNAS%20DE%20MOJANDA%20PARROQUIA%20TABACUNDO%20PROVINCIA%20PICHINCHA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Turismo. (18 de febrero de 2016). Artículo 12 [De La Clasificación y Categorización de los Establecimientos de Alojamiento Turístico]. *Reglamento de Alojamiento Turístico*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (27 de febrero de 2019). *Viajeros franceses descubren la magia del centro del mundo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/viajeros-franceses-descubren-la-magia-del-centro-del-mundo/#:~:text=>
- MINTUR. (Septiembre de 2018). *Perfiles de turismo internacional 2017*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- Mory, E. T. (mayo de 2015). *Estudio de factibilidad para la creación de un campamento ecológico en la comunidad de Pano, Cantón Tena, Provincia de Napo para incrementar el turismo en la zona* [Trabajo de Grado, Universidad Tecnológica Equinoccial].  
[http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/16315/61065\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/16315/61065_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pedro Moncayo GAD Municipal. (2017). *Manejo Adaptativo de Riesgos y Vulnerabilidad en la Zona Lacustre de Mojanda*. Recuperado el 22 de diciembre de 2019, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5781/1/Ruiz%20S-CON-002- Manejo.pdf>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). *Definición de lacustre*. Recuperado el 03 de febrero de 2020, de Definición de: <https://definicion.de/lacustre/>
- PLANDETUR 2020. (26 de septiembre de 2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR "PLANDETUR 2020"*. Recuperado el 26 de diciembre de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Presidencia de la República. (19 de enero de 2016). *REGLAMENTO ESPECIAL DE TURISMO EN AREAS NATURALES PROTEGIDAS*. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

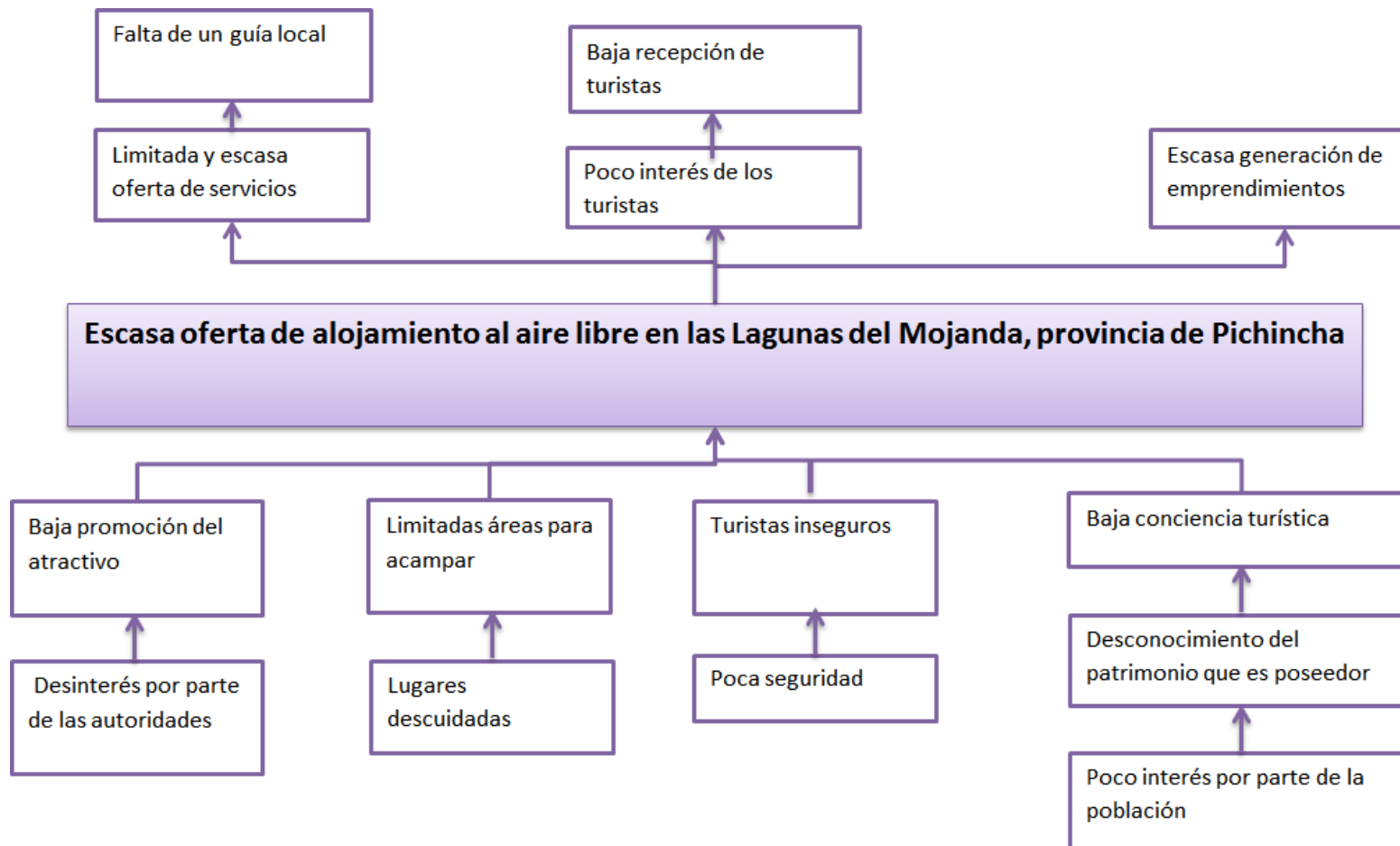
content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-ESPECIAL- DE-TURISMO-EN-  
%C3%81REAS-NATURALES-PROTEGIDAS.pdf

- Presidencia de la República. (23 de marzo de 2016). *Tercer Suplemento*. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/Resolucion-No.-0001-0002-2016.pdf>
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (11 de octubre de 2010). *CODIGO ORGANICO ORGANIZACION TERRITORIAL AUTONOMIA DESCENTRALIZACION AUTONOMIA DESCENTRALIZACION*. Recuperado el 26 de diciembre de 2019, de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf)
- Rodas, D. C., & Chimbo, R. S. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de un campamento turístico en la comunidad de Uchuca y del Cantón Gualaceo* [Trabajo de Grado, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1224/14/UPS-CT002190.pdf>
- Scouts Ecuador. (s.f.). *Historia del Movimiento Scout*. Recuperado el 22 de diciembre de 2019, de <https://www.scoutsecuador.org/site/historia#>
- Serrano, A. L., Freire, S., Sanmartín, I., & Espinoza, F. (mayo de 2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/328202882\\_Boletin\\_de\\_indicadores\\_turisticos\\_del\\_canton\\_Cuenca](https://www.researchgate.net/publication/328202882_Boletin_de_indicadores_turisticos_del_canton_Cuenca)
- Socatelli, M. (2015). *Mercadeo aplicado al turismo: la comercialización de servicios, productos y destinos turísticos sostenibles*. EUNED.
- SRI. (19 de mayo de 2014). *Bienes y Servicios que NO pagan IVA en Ecuador (IVA 0%) SRI*. Recuperado de foros.ecuador.ec: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/5456-bienes-y-servicios-que-no-pagan-iva-en-ecuador-iva-0-sri>
- YMCA. (26 de noviembre de 2019). *¿Sabías que... YMCA es la creadora y promotora a nivel mundial de los campamentos?* Recuperado el 12 de diciembre de 2019, de <https://www.ymca.es/actualidad/curiosidades/sabias-que-ymca-es-la-creadora-y-promotora-nivel-mundial-de-los-campamentos>

## ANEXOS

### Anexo A

#### Árbol de Problemas



## Anexo B

### Ficha Técnica de Diagnóstico

 <span style="float: right;">FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO</span>									
1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS		
Pedro Moncayo	Tropical húmedo	13,7°C a 25,6°C	400 - 1300msnm	1730msnm	0.041540	-78.207310	Complejo Lacustre Mojanda Parque arqueológico Cochasquí Bosque protector Jerusalén		
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
<p>El Cantón Pedro Moncayo, perteneciente a la provincia de Pichincha se encuentra a una altura de 1730msnm, posee un clima tropical – húmedo con variaciones térmicas de 13,7°C a 25,6°C y precipitaciones desde 400 - 1300msnm. Posee atractivos de interés como lo es el Complejo Lacustre Mojanda en donde se pretende implementar el proyecto de servicio de camping, se encuentra ubicado entre dos provincias que son Pichincha e Imbabura, allí se encuentran 3 lagunas que son: Caricocha o Lago Hombre, Huarmicocha o Lago Mujer y Yanacochoa o Laguna Negra. Toda la zona se caracteriza por tener un clima subhúmedo con pequeño déficit de agua, mesotérmico templado frío, con variaciones térmicas de 10 a 15°C y precipitaciones desde 750 hasta 1000mm.</p>									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE
333km	Norte: Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura. Sur: Distrito Metropolitano de Quito y Cantón Cayambe. Este: Cantón Cayambe Oeste: Distrito Metropolitano de Quito	39.604	19.406	49%	20.198	51%	97%	Primaria	Mestiza
11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)									

ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES	
97%	76,78%	38,18%	70,82%			11,70%	"	72,21%	21,81%		
<b>12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)</b>											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
3 cooperativas	20	7	6	5	5	2	16	21	45		
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
1	3	2	8	3			68				
<b>13. ASENTAMIENTOS HUMANOS</b>											
El cantón Pedro Moncayo cuenta con cinco parroquias una urbana que es la cabecera cantonal Tabacundo y cuatro parroquias rurales con sus respectivos barrios y comunidades. Se puede evidenciar un asentamiento poblacional en todos los barrios y comunidades del cantón.											
<b>14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS</b>											
<b>11.1 TERRESTRE</b>											
DESDE		VÍA, TIPO Y ESTADO			TIEMPO		MEDIO DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO		
Cayambe		Vía asfaltada			11 minutos		Bus		0,30		
Ibarra		Vía asfaltada			55 minutos		Bus		1,5		
Quito		Vía asfaltada			1 hora 26 minutos		Bus		1,5		
<b>11.2 AÉREO</b>											
DESDE		CIA, FRECUENCIA			TIEMPO		MEDIO DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO		
No									OW		
<b>11.3 ACUÁTICO</b>											

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
No				OW							
<b>11.4 OTROS</b>											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
No				OW							
<b>15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA</b>											
DISTANCIA (KM)	QUITO	IBARRA	CAYAMBE	OTROS	OBSERVACIONES						
	61.1km	53,8km	7,8km								
<b>16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS</b>											
NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO	NOMBRE	OBSERVACIONES							
Parque arqueológico Cochasquí		RUTA									
Bosque protector Jerusalén		CIRCUITO									
Complejo Lacustre Mojanda		Sendero									
<b>17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>											
17.1 NATURALES					17.2 CULTURALES						
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV
Bosque protector Jerusalén											
Lagunas del Mojanda											
Molino el Cucho											
Mirador el Campanario											
Capac Ñan											
<b>17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS</b>										<b>14.4 OBSERVACIONES</b>	
Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internacional)					
Parque arqueológico Cochasquí	0.055010	-78.304327	Conservado								
Lagunas del Mojanda	0.142899	-78.267132	Conservado	13000 anual	turista	Local					

Bosque Protector Jerusalén	0.002142	-78.375804	Conservado				
<b>18. SERVICIOS TURÍSTICOS</b>							
18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas	
			12		143		Debido a que la mayoría de la población del trabaja en el sector primario y en muy poca cantidad al sector de servicios la información sobre ello es limitada al poseer pocos establecimientos turísticos.
<b>19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO</b>							
19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES		
SEÑALIZACIÓN	Si	3	Inicio del camino, en desvíos y llegada	Buen estado	Dentro del Complejo Lacustre Mojanda se cuenta con tan solo una cafetería como servicio complementario además de los servicios básicos, y un sendero en buen estado mientras que el otro se ha dejado de conservar, posee un muelle para contemplar la laguna sin embargo es un espacio reducido que no da cabida a la cantidad de turistas que visitan el destino.		
SEÑALÉTICA	Si	5	Áreas de camping	Buen estado			
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	Si	1	Centro de Tabacundo	Se conservan			
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	No						
CENTRO DE FACILITACIÓN	No						
SENDEROS	Si	2	Complejo Lacustre Mojanda	Accesible No se conserva			
MIRADORES	Si	1	Complejo Lacustre Mojanda	Buen estado			
OTROS	Si	1	Cafetería	Buen estado			
<b>20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN</b>							
20.1 TIPO	CANTIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	20.2 OBSERVACIONES			
ECOTURISMO							
TUR. DE NATURALEZA	2	Época de verano	Lagunas del Mojanda Bosque protector Jerusalén				
TURISMO COMUNITARIO							
TURISMO CULTURAL	1	Marzo	Parque Arqueológico Cochasquí				
TURISMO RELIGIOSO	1	Abril	Santuario Virgen de Natividad				
TURISMO DE SALUD							
OTROS							
<b>21. INGRESO DE TURISTAS</b>							



21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
13000	2019	Enero, marzo y Agosto	600	10	100	2019	Marzo, agosto D	20	10	Datos del Complejo Lacustre Mojanda
<b>22. INGRESOS POR TURISMO</b>										
22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD	22.4 OBSERVACIONES			
AÑO	TURISMO INTERNO (%)	TURISMO RECEPTIVO (%)	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEPTIVO USD					
							El Cantón no cuenta con dichos datos.			
<b>23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO</b>										
23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)									23.2 OBSERVACIONES	
ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIAMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANIA	OTROS		
132	171	427				1060	132	147	El Cantón no cuenta con dichos datos.	
23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO					23.5 OBSERVACIONES		
FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD		FECHA	DETALLE				
			MINISTERIO DE AGRICULTURA							
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO							
			MINISTERIO DEL AMBIENTE							

**24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO**

MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN
Pedro Moncayo	26/09/1911								
CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES O AGRUPACIONES TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES				

**25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE**

25.1 NOMBRE	25.2 LOCALIDAD	25.3 TIPO DE PROYECTO	25.4 OBJETIVO	25.5 RESPONSABLE	25.6 MONTO
Cultura viva del Cantón Pedro Moncayo	Todo el territorio	Socio - cultural	Fortalecer, preservar, valorar, fomentar, resaltar la diversidad cultural del cantón y democratizar su acceso y difusión como un derecho de la ciudadanía.	Dirección Cultura GAD-MPM	1 900 000
Desarrollo de la interculturalidad	Todo el territorio	Socio - cultural	Desarrollar mecanismos de coordinación y trabajo conjunto con el INPC, así como con actores culturales del cantón.	Dirección Cultura GAD-MPM	400 000
Pedro Moncayo: Jardín del Buen Vivir.	Todo el territorio	Socio - cultural	Desarrollar la industria turística como alternativa para el cambio de la matriz productiva en el territorio.	Dirección de desarrollo comunitario	184 565,95
25.7 OBSERVACIONES					

**26. PRINCIPALES NECESIDADES**

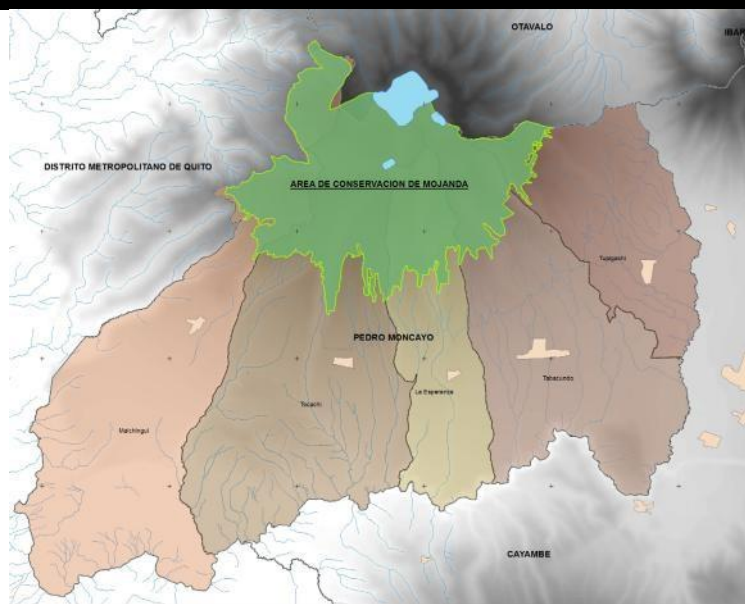
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES
CONSERVACIÓN AMBIENTAL	X	Es necesario implementar estrategias de conservación
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD		

MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS	X	El manejo de desechos s inicio hace un par de años sin embargo aún se visualiza la inconciencia de los habitantes.
CIRCULACIÓN VEHICULAR		
ACCESOS	X	Las diferentes vías de acceso al destino no se encuentran bien conservadas por lo que el ingreso se posibilita solo por una entrada
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO		
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X	Insuficiente señalética que impide el adecuado disfrute de la visita al atractivo
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	En el lugar solo se encuentra un guarda bosques que brinda información
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	Necesaria para llevar a cabo un turismo sostenible que a su vez aporte un desarrollo económico para el cantón
OTROS		

### 27. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS

FUENTE	TIPO	AÑO DE EXPEDICIÓN	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES
PDOT PEDRO MONCAYO	PDF	2018	2025	

### 25. MAPA



## Anexo C

### Formato de encuestas

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**Objetivo:** Conocer el grado de factibilidad para la implementación del servicio de camping en la Laguna Caricocha, que contribuya al desarrollo de un turismo sostenible en el Complejo Lacustre de Mojanda.

**Indicaciones:** marque con una “X” la respuesta de su elección, en preguntas con respuestas de opción múltiple pueden ser marcadas más de una opción. De antemano muchas gracias por su colaboración.

### DATOS GENERALES

Procedencia (país, provincia o ciudad) \_\_\_\_\_

#### 1. Género

- a) Masculino ( )
- b) Femenino ( )
- c) GLBTI ( )

#### 2. Edad

- a) 15-25 años ( )
- b) 26-35 años ( )
- c) 36-45 años ( )
- d) 46-55 años ( )
- e) Más de 56 ( )

#### 3. Instrucción

- a) Primaria ( )
- b) Secundaria ( )
- c) Tercer Nivel ( )
- d) Postgrado ( )
- e) Ninguna ( )

#### 4. Estado civil

- a) Casado/a ( )
- b) Soltero/a ( )
- c) Divorciado/a ( )
- d) Viudo/a ( )

#### 5. Profesión

- a) Empleado Público ( )
- b) Empleado Privado ( )
- c) Ama de casa ( )
- d) Estudiante ( )
- e) Negocio propio ( )

#### 6. Nivel de ingresos

- a) Menor a \$400 ( )
- b) De \$401 a \$600 ( )
- c) De \$601 a \$800 ( )
- d) Más de \$801 ( )

## Cuestionario

- 1. ¿Cómo se moviliza en sus viajes?**
  - a) Transporte particular ( )
  - b) Transporte público ( )
  
- 2. ¿Cuántas veces al año visita atractivos naturales?**
  - a) Una o dos veces al mes ( )
  - b) Cada tres meses ( )
  - c) Cada seis meses ( )
- 3. ¿En compañía de quien realiza sus viajes?**
  - a) Familiares ( )
  - b) Amigos ( )
  - c) Solo ( )
  
- 4. ¿Cuánto tiempo permanece en un atractivo natural?**
  - a) Menos de una hora ( )
  - b) De 1 a 3 horas ( )
  - c) De 3 a 5 horas ( )
  - d) Más de 5 horas ( )
  - e) Pernocta ( )
  
- 5. ¿En promedio cuánto gasta en su estadía en un atractivo natural?**
  - a) Menos de \$10 ( )
  - b) De \$10 a \$30 ( )
  - c) Más de \$30 ( )
  
- 6. ¿Cuántas veces al mes visita las Lagunas del Mojanda?**
  - a) 1-3 veces ( )
  - b) 4-6 veces ( )
  - c) Más de 6 veces ( )
  - d) Primera vez ( )
  
- 7. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere para pernoctar en las Lagunas?**
  - a) Cabañas ( )
  - b) Tiendas de camping ( )
  - c) Otros, especifique: \_\_\_\_\_
  
- 8. ¿Durante sus viajes ha realizado la actividad de camping?**
  - a) Si ( )
  - b) No ( )



15. Marque el/los tipo/s de camping que estaría dispuesto a alquilar.

TIENDAS COLGANTES		
( )	( )	( )
		
TIENDAS ANCLADAS AL PISO		
( )	( )	( )
		

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de una de las tiendas decamping por una noche?

- a) De \$10 a \$19 ( )
- b) De \$20 a \$29 ( )
- c) De \$30 a \$49 ( )
- d) De \$50 a \$59 ( )
- e) Más de \$60 ( )



## Anexo D

### *Modelo de Entrevista*

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

### **Entrevista dirigida a la técnica de turismo del cantón Pedro Moncayo**

1. ¿Cómo se maneja la actividad turística en el Cantón Pedro Moncayo?
2. ¿Qué estrategias se usan para alargar el tiempo de estancia del turista dentro del Complejo Lacustre?
3. ¿Maneja el cantón los datos sobre el perfil del turista del Complejo Lacustre?
4. ¿Qué complicaciones se ha tenido en el Mojanda por el hecho de estar administrada por dos cantones?
5. ¿En caso de trabajar en vinculación con el GAD se requiere de algún permiso de funcionamiento?
6. ¿Qué estrategias se están llevando a cabo para la reactivación turística post-covid dentro del cantón?